



VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA  
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza konkurence internetových stránek

Competitive Analysis of Internet Pages

Student: Bc. Petra Bortelová

Vedoucí diplomové práce: Ing. Martina Hodáková

Ostrava 2011

Místopřísežně prohlašuji, že jsem celou diplomovou práci včetně příloh vypracovala samostatně a uvedla jsem veškeré zdroje, které jsem použila při jejím zpracování, pouze přílohy č. 2, 3, 4, 7, 9 a 10 jsem převzala z uvedených zdrojů.

V Ostravě dne 29. dubna 2011

.....

Bc. Petra Bortelová

Děkuji vedoucí diplomové práce paní Ing. Martině Hodákové za odbornou pomoc a cenné rady při zpracování mé diplomové práce.

V Ostravě dne 29. dubna 2011

Bc. Petra Bortelová

# Obsah

1	Úvod.....	1
2	<b>Charakteristika prostředí firmy MIVAŠ</b> .....	2
2.1	Charakteristika firmy MIVAŠ .....	2
2.2	Charakteristika makroprostředí .....	4
2.2.1	Demografické prostředí.....	4
2.2.2	Ekonomické prostředí .....	4
2.2.3	Technologické prostředí .....	5
2.2.4	Přírodní prostředí.....	6
2.2.5	Sociálně-kulturní prostředí .....	7
2.2.6	Politicko-právní prostředí.....	8
2.3	Charakteristika konkurence .....	8
2.3.1	VPAZ, s. r. o.....	8
2.3.2	HON-kovo, s. r. o. ....	9
2.3.3	CNC obrábění Trčka .....	10
2.3.4	CNC-Šnajdr.....	11
2.3.5	PBM, spol. s. r. o.....	12
2.3.6	KOVO HAKEN, s. r. o. ....	13
2.3.7	KOMP-CZ s. r. o. ....	13
2.3.8	STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o. ....	14
2.3.9	OVA – CNC obrábění kovů .....	15
2.3.10	KOVOTRIO .....	16
3	<b>Teoretická východiska analýzy konkurence internetových stránek</b> .....	17
3.1	Internet.....	17
3.2	Internetový marketing.....	19
3.3	Komunikace na internetu .....	20
3.3.1	Komunikační mix na internetu .....	20
3.4	Webové stránky .....	22
3.4.1	Základní služby www.....	22
3.4.2	Návrh webových stránek .....	23
3.5	Marketing založený na vyhledávačích (Search Engine Marketing – SEM).....	24
3.5.1	SEO (optimalizace pro vyhledávače).....	24
3.6	Analýza konkurence .....	25
4	<b>Metodika výzkumu</b> .....	28
4.1	Přípravná fáze .....	28
4.2	Realizační fáze.....	31
5	<b>Analýza internetových stránek</b> .....	32
5.1	Obsah webových stránek .....	32
5.2	Grafický vzhled webových stránek .....	34
5.3	Technické parametry webových stránek .....	35
5.4	Uživatelská přívětivost .....	37
5.5	Interní odkazy na webových stránkách .....	39
5.6	Multimediální prvky .....	40
5.7	Analýza souhrnných výsledků .....	42
5.8	Analýza síly webových stránek .....	42
5.9	Vyhodnocení hypotéz .....	46
6	<b>Návrhy a doporučení</b> .....	48
7	<b>Závěr</b> .....	52

<b>Seznam použité literatury .....</b>	<b>53</b>
<b>Seznam zkratk</b>	
<b>Prohlášení o využití výsledků diplomové práce</b>	
<b>Seznam příloh</b>	
<b>Přílohy</b>	

# 1 Úvod

V internetovém prostředí je nezbytné, aby firmy měly kvalitní webové prezentace, které by je odlišily od jejich konkurence. Stěžejní je, aby internetové stránky byly co nejvíce přístupné a zajímavé pro uživatele. Měly by potenciálního zákazníka natolik upoutat, že se na stránky bude vracet a bude ochoten využít služeb, které daná firma nabízí.

**Společnost MIVAŠ** se zabývá přesným strojním obráběním. Na tomto trhu působí od roku 2008. V současné době se zaměřuje především na sériovou výrobu dílů a měřicí přípravky. Pokud chce uspět na trhu obrábění, kde je silná konkurence, musí si udržet stávající zákazníky, nejlépe přilákat nové. K přilákání nových zákazníků jí může dopomoci vytvoření internetových stránek, které budou pro návštěvníky zajímavé, přehledné a bude se na nich vyskytovat vše, co by mohli potenciální zákazníci hledat.

**Cílem mé diplomové práce** bude analyzovat konkurenci internetových stránek v oblasti přesného strojního obrábění. Toto téma jsem si vybrala především proto, že mě oblast internetového marketingu a internetových stránek zajímá a také proto, že mě o analýzu požádal majitel firmy MIVAŠ.

Výběr konkurentů pro následný výzkum provedu pomocí dvou nejpoužívanějších vyhledávačů, a to Seznamu a Googlu. **Cílem výzkumu** tedy bude zaměřit se na tyto vybrané internetové stránky a zhodnotit je. K dosažení cíle využiji **hodnotící formulář** rozčleněný do sekcí zaměřených na obsah webové stránky, její grafický vzhled, technické parametry, uživatelskou přívětivost, interní odkazy na stránce a multimediální prvky. Analýzu SEO faktorů provedu pomocí nástrojů dostupných na internetových stránkách Seo Servisu.

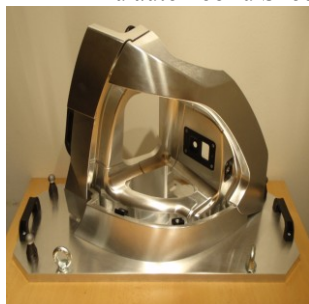
Celá práce bude rozvržena do několika kapitol, které se budou zabývat zmíněnou tematikou, a jejich výsledkem by měly být návrhy a doporučení, které povedou k naplnění cíle diplomové práce.

## 2 Charakteristika prostředí firmy MIVAŠ

### 2.1 Charakteristika firmy MIVAŠ

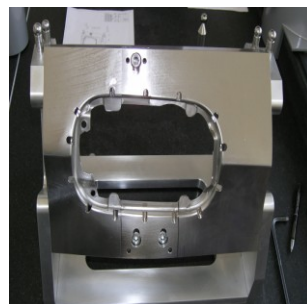
Společnost MIVAŠ sídlí v Opavě. Vlastníkem je fyzická osoba Petr Michálek. Na trhu kovoobrábění působí od roku 2008. Z počátku podnikání se především zaměřovala na kusovou výrobu. Jednalo se například o náhradní díly do čerpadel a malé zakázky od místních podnikatelů. Postupem času se firma specializovala na obrábění oceli, zušlechtěných materiálů, barevných kovů, hliníků, plastů, těžce obrobitelných materiálů, dřeva a nerez. V roce 2009 se podílela na vývoji míchadel pro farmaceutické firmy, celosvětově uznávaných zesilovačů značky SROLL a na vývoji prototypů dílů. V současnosti se firma MIVAŠ soustředí na sériovou výrobu dílů na montážní linky pro solární panely a měřicí přípravky. Ukázka výrobků je uvedena na následujících obrázcích. [22]

**Obr. 2.1:** Měřicí přípravek na zadní světlo u automobilu Škoda Octavia



Zdroj: [22]

**Obr. 2.2:** Měřicí přípravek na víčko nádrže



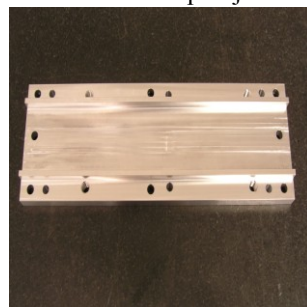
Zdroj: [22]

**Obr. 2.3:** Prototypový díl chladiče sportovního auta



Zdroj: [22]

**Obr. 2.4:** Díl doplňující sestavu firmy Bosch



Zdroj: [22]

### **Strojní vybavení firmy**

Firma vlastní následující strojní vybavení: vertikální obráběcí centrum MCFV 1260 (viz obrázek 2.5), Hermle C40 Dynamic (viz obrázek 2.6), pětiosé obráběcí centrum DMU 100 Monoblock (viz obrázek 2.7), universální soustruh SV 18R, soustruh SU 50, hrotovou



brusku BU 28, pásovou pilu, vrtačku VR 5, měřicí techniku Tesa Micro-Hite plus M 350 a souřadnicový měřicí stroj ABERLINK. [22]

**Obr. 2.5:** MCFV 1260



Zdroj: [22]

**Obr. 2.6:** HERMLE C40 Dynamic



Zdroj: [22]

**Obr. 2.7:** DMU 100 Monoblock



Zdroj: [22]

### Internetové stránky firmy MIVAŠ

Firma MIVAŠ má své stránky umístěny na doméně [www.mivas.cz](http://www.mivas.cz) (viz obrázek 2.8). V záhlaví stránky uvádí název firmy a předmět činnosti. V sekci menu nabízí odkaz Strojní vybavení, kde jsou popsány stroje, které firma vlastní a poskytuje prostřednictvím nich své služby, nenabízí však ceny ani stroje nedoplňuje obrázky. Další sekci je Fotogalerie, kde jsou umístěny obrázky výrobků a popis toho, na čem se firma již podílela. V menu je speciální sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonický, e-mailový, tak faxový kontakt. Další částí menu jsou Reference, kde firma vyjmenovává seznam svých (11) klientů, které kdy obsloužila (uvádí i prolinky na jejich stránky). Zbývající odkazy menu jsou tvořeny Úvodem (popsán předmět činnosti a specializace firmy) a Cenovou nabídkou (pokyny pro její získání). Pozadí stránky je sladěno do různých odstínů modré a text do bílé barvy. [38]

**Obr. 2.8:** Úvodní stránka firmy MIVAŠ



Zdroj: [38]

## **2.2 Charakteristika makroprostředí**

### **2.2.1 Demografické prostředí**

Dle Českého statistického úřadu měla Česká republika k 30. září 2010 10 526 685 obyvatel. V prvním a třetím čtvrtletí roku 2010 se počet obyvatel zvýšil o 19,9 tisíc. Důvodem byla především přirozená měna (počet narozených převýšil počet zemřelých o 10,3 tisíc). Přírůstek obyvatelstva díky zahraniční migraci činil 9,6 tisíc osob, což je o 16,3 tisíc méně než za stejné období loňského roku. [26]

Zvyšující se počet obyvatel může mít pozitivní vliv na množství potenciálních zákazníků a zaměstnanců pro firmu MIVAŠ, negativně ji může ovlivnit ve zvyšujícím se počtu potenciálních konkurentů.

#### **Struktura osob využívajících internet**

V roce 2010 využívalo internet 61,8 % osob starších 16 let. Oproti roku 2009 je to nárůst o 5,9 %. Největší počet uživatelů je ve věku 16 a 24 let (92,3 %) a nejmenší ve věku nad 75 let (5,1 %). Dle vzdělanostní struktury využívá internet nejvíce uživatelů s vysokoškolským vzděláním (87,9 %) a se středoškolským vzděláním s maturitou (73,5 %). [26]

Se zvyšujícím se počtem uživatelů internetu roste také návštěvnost jednotlivých internetových stránek, proto je důležité, aby měla firma MIVAŠ kvalitní webovou prezentaci, prostřednictvím které by mohla přilákat nové zákazníky.

### **2.2.2 Ekonomické prostředí**

Ve strojírenství probíhá zotavování z hospodářské krize, firmám přibývají zakázky a nabírají nové zaměstnance. Avšak mnoho firem i přes vyšší zisky oproti minulému roku zůstává ve ztrátě. Problémem může být i asijská konkurence, slábnoucí ocelářská výroba, rostoucí náklady na energii a složitá logistika. [27]

Ekonomické prostředí ovlivňuje kupní a spotřební chování jednotlivých subjektů na trhu a celkové využívání zdrojů. Míra nezaměstnanosti v České republice činila 6,7 % k 31. 12. 2009. Ve třetím čtvrtletí roku 2010 se nezaměstnanost snížila o 12,4 tisíc osob oproti stejnému období v roce 2009. Toto snížení je dáno tím, že se zlepšuje situace firem na trhu z důvodu odeznívající finanční krize. Míra inflace za rok 2010 činila 1,5 % a meziročně poklesla o 0,5 %. Tento pokles je dán snižováním cen, což může být pro firmu MIVAŠ výhodou při nákupu surovin. Hrubý domácí produkt, považovaný za ukazatel finanční

stability státu, byl v roce 2009 3 625,9 mld. a ve třetím čtvrtletí letošního roku meziročně vzrostl o 3 %. [26]

K 21. 2. 2011 byl měnový kurz CZK/EUR 24,45 Kč a CZK/USD 17,87 Kč. Firmu MIVAŠ ovlivňuje především vývoj kurzu eura, protože začíná obchodovat se zahraničními firmami. [37]

### **Role internetu a on-line aktivity u MSP**

Společnost Google a Asociace malých a středních podniků a živnostníků ČR realizovala, prostřednictvím výzkumné agentury United Interactive, průzkum zaměřený na odhalení role internetu a on-line aktivit u MSP. Z celkového počtu 300 firem považuje internet za klíčový pro své podnikání 84 %. Firmy však řeší dva problémy. Prvním je sestavení vlastní internetové prezentace. A druhým problémem je, že když už společnost vlastní svou internetovou prezentaci, neví, jak může zlepšit vlastní dohledatelnost. Zlepšení vlastní dohledatelnosti je také problémem firmy MIVAŠ. [17]

Dle Českého statistického úřadu bylo v lednu 2009 připojeno k internetu 95 % českých podniků. Tato hodnota se za poslední 4 roky nezměnila. Vysokorychlostní připojení využívalo 77 % podniků, v porovnání s rokem 2004 je to hodnota dvojnásobná. Maximální rychlost připojení byla u 69 % podniků vyšší než 2 Mb/s. Ve srovnání s rokem 2002, je to nárůst o 68 %. [26]

Zvyšující se rychlost připojení k internetu dává firmě MIVAŠ možnost využít na svých stránkách více grafických prvků a zpracovat všechny detaily své webové prezentace.

### **2.2.3 Technologické prostředí**

Technologické prostředí ovlivňuje vývoj nových technologií v oblasti kovoobrábění. Známkou jakosti v této oblasti je dosažení normy ČSN ISO 9001:2001 (systém řízení managementu jakosti).

Při obrábění kovů jsou používány řezné oleje nebo emulze. Při jejich používání dochází ke styku s obsluhou a jejich únikem do okolí. Tyto kapaliny jsou regulovány stále přísnějšími bezpečnostními a hygienickými předpisy. Dochází ke změně složení kapalin, vzniku nových typů a odklonu k novým technologiím. **Mezi nové technologie patří:** obrábění na sucho (dochází ke snížení vlivu na zdraví, ochraně prostředí a nižším nákladům, nevýhodou této technologie je zvyšování teploty nástrojů). Dalším trendem je změna receptur kapalin mísitelných vodou (snaží se o maximální výkonnost, aniž by zatěžovala životní

prostředí a ohrožovala obsluhu stroje), mazání malým množstvím maziva a posledním trendem je použití olejů místo chladicích mazacích kapalin mísitelných vodou. [39]

Firma MIVAŠ se snaží tyto trendy sledovat a přizpůsobovat se jim, aby nezaostávala za konkurencí.

### **Typy připojení k internetu v podnicích**

V současné době existuje mnoho typů připojení k internetu. Jedná se například o dial-up, ISDN, mobilní připojení, pronajatý datový okruh, bezdrátové připojení, DSL technologie, připojení pomocí kabelové televize a satelitu. Detailní popis jednotlivých připojení je uveden v příloze č. 4. [33]

V českých podnicích se v současnosti nejvíce využívá připojení pomocí ADSL linek (46 %), mezi tyto podniky se řadí i firma MIVAŠ. V porovnání s rokem 2003 je to nárůst o 39 %. [26]

### **2.2.4 Přírodní prostředí**

V oblasti obrábění je velmi důležité zaměřit se především na snižování energetické spotřeby strojů během jejich aktivního používání ve výrobě. Tímto problémem se zabývá evropská směrnice **EcoDesign**. Snaží se odstranit rozdíly mezi národními legislativními postupy, které se věnují vlivu výrobků na životní prostředí během jejich celého životního cyklu. Dalším cílem je umožnění dosažení úspor ve výrobě, volný pohyb výrobních strojů, korektní hospodářská soutěž a interakce mezi zákazníky a výrobci napříč Evropou. [23; 19]

Evropská komise postupně zavádí prováděcí předpisy pro hodnocení EcoDesignu různých druhů výrobků spotřebovávajících energii. Přijetí předpisu, který se bude vztahovat na celý obor výrobní techniky na evropském trhu včetně importovaných výrobků, je naplánován na rok 2012. [19]

Tato směrnice může ovlivnit jak samotný MIVAŠ, tak i jeho konkurenty, ať už pozitivně, či negativně.

### **Dopad informačních technologií na prostředí**

Podle studie univerzity Harvard, existuje dopad informačních technologií na prostředí. Díky dvěma hledáním v internetovém programu Google vznikne sedm gramů oxidu uhličitého. Vyhledavač Google provozuje po celém světě velká datová centra, která spotřebovávají velké množství energie, a má tedy tak dopad na životní prostředí. [28]

Zveřejněná studie společnosti Gartner tvrdí, že informační technologie produkují více emisí skleníkových plynů než letecký průmysl (2 % celosvětových emisí). Podle výzkumu prohlížení jednoduché stránky generuje zhruba 0,02 g CO<sub>2</sub> za sekundu, ale hodnota může být až desetinásobná (0,2 g), když stránka obsahuje komplexní grafiku. Zapnutý počítač jen sám o sobě vyprodukuje 10 – 80 gramů oxidu uhličitého za hodinu. [28]

Z důvodu, že se klade stále větší důraz na životní prostředí, může být negativním dopadem tohoto zjištění jak pro firmu MIVAŠ, tak i ostatní uživatele internetu a počítačových technologií nárůst cen v těchto oblastech.

### **2.2.5 Sociálně-kulturní prostředí**

Firma se může zviditelnit především na veletrzích a výstavách. V České republice se konají dva veletrhy. První se koná v Brně, jedná se o Mezinárodní strojírenský veletrh. Tohoto veletrhu se také pasivně účastní firma MIVAŠ, aby neztrácela přehled ve vývoji nových technologií a konkurence. Druhý veletrh se koná v Praze s názvem Mezinárodní veletrh strojírenských technologií.

#### **Čas strávený na internetu a počet zobrazených stránek**

Z výsledků Netmonitoru vyplynulo, že čas, který uživatelé v průměru stráví na internetu, měl v prvním pololetí roku 2010 kolísavý trend. Nejvíce času trávili uživatelé na internetu v lednu (29 hodin, 38 minut) a nejméně v červnu (25 hodin a 52 minut). V porovnání s rokem 2009 je čas strávený na internetu letos kromě května nižší. [46; 21]

Počet stránek, které si uživatelé zobrazili, od začátku roku mírně klesá a má pravidelné výkyvy. Uživatelé si zobrazili za první pololetí roku 2010 nejvíce stránek v lednu (7,75 mld.) a nejméně v červnu (6,35 mld.). Ve srovnání s loňským rokem si zobrazili uživatelé stránek dokonce nepatrně méně. [46; 21]

Klesající doba strávená na internetu a počet zobrazených stránek může být pro firmu MIVAŠ dalším argumentem, proč si své internetové stránky upravit tak, aby potenciální zákazníci našli informace, které potřebují v co nejkratším čase.

#### **Činnosti na internetu v podnicích**

Nejčastěji firmy využívají internet k bankovním a finančním službám (89 %), tato hodnota se v posledních třech letech jen nepatrně zvyšuje. Tuto činnost také nejvíce využívá firma MIVAŠ. Dále se internet využívají firmy ke školení a vzdělávání zaměstnanců (32 %),

ve srovnání s lednem 2008 je hodnota vyšší o 3 %. Poslední významnou činností na internetu je telefonování, které využívají více velké podniky (33 %) než malé podniky (18 %). [26]

### **2.2.6 Politicko-právní prostředí**

Vlastníkem firmy MIVAŠ je fyzická osoba. Řídí se tedy především zákonem č. 130/2008 Sb., o živnostenském podnikání.

Dále se řídí následujícími zákony: zákon č. 235/2004 Sb., o dani z přidané hodnoty, zákon č. 586/1992 Sb., o dani z příjmů, zákon č. 40/1964 Sb., občanský zákoník, zákon č. 513/1991 Sb., obchodní zákoník, zákon č. 563/1991 Sb., o účetnictví, zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce, zákon č. 100/1988 Sb., o sociálním zabezpečení, zákon č. 155/1995 Sb., o důchodovém pojištění a zákon č. 124/2002 Sb., o platebním styku. [22]

**Internetová síť** je upravována jak dle práva soukromého – zákonem č. 227/2000 Sb., o elektronickém podpisu, tak i dle práva veřejného – zákonem č. 480/2004 Sb., o některých službách informační společnosti a o změně některých zákonů (zákon o některých službách informační společnosti) a zákonem č. 101/2000 Sb., o ochraně osobních údajů. [29]

## **2.3 Charakteristika konkurence**

Výběr konkurence probíhal pomocí vyhledávačů Seznam a Google. Firmy VPAZ, s. r. o.; HON-kovo, s. r. o.; CNC obrábění Trčka; CNC Šnajdr a PBM, spol. s r. o. jsou původem z Moravskoslezského kraje. Firmy KOVO HAKEN, s. r. o.; KOMP-CZ s. r. o.; STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.; OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO pocházejí z jiných krajů České republiky.

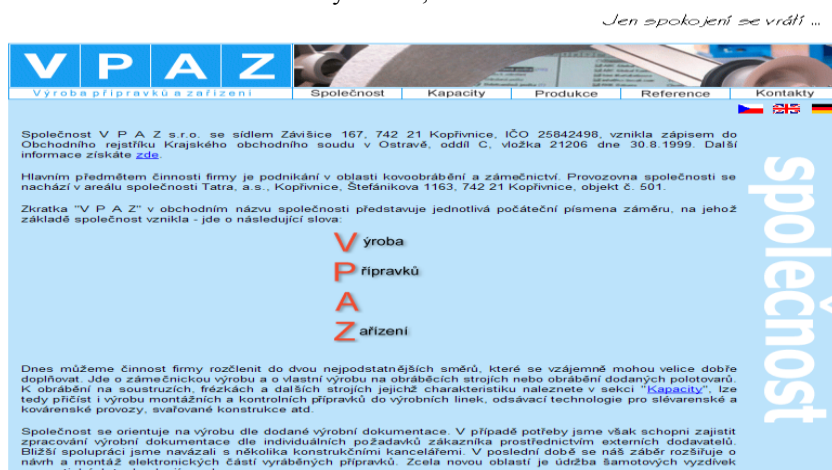
### **2.3.1 VPAZ, s. r. o.**

Společnost VPAZ, s. r. o. sídlí v Kopřivnici. Provozovna společnosti se nachází v areálu společnosti Tatra, a. s. V současné době zaměstnává 25 zaměstnanců. Předmětem její činnosti je podnikání v oblasti kovoobrábění a zámečnictví. Zkratka názvu firmy znamená V – výroba, P – přípravků, A – a, Z – zařízení. V současnosti se VPAZ, s. r. o. zaměřuje na dva směry, a to zámečnickou výrobu a vlastní výrobu na obráběcích strojích, nebo obrábění dodaných polotovarů. [49]

Společnost VPAZ, s. r. o. má své stránky umístěny na doméně [www.vpaz.cz](http://www.vpaz.cz) (viz obrázek 2.9). V záhlaví stránky uvádí název firmy, moto společnosti, předmět činnosti a fotografii výrobku. V sekci menu nabízí odkazy týkající se služeb, které poskytuje. Jedná se o Kapacity, které zahrnují informace o technologických možnostech. Uvádí zde popis strojů,

na kterých vyrábí, doplňuje ho obrázky, ale neuvádí zde ceny. Dalším odkazem je Produkce, kde je ukázka výrobků. V menu je také sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonický, e-mailový, tak i faxový kontakt. Dále jsou zde uvedeny Reference, kde firma vyjmenovává seznam svých (12) klientů, které kdy obsloužila, a uvádí zde i prolinky na jejich stránky. Poslední částí menu je odkaz Společnost, kde je popsán vznik společnosti a předmět činnosti. Prezentace firmy je laděna do světle modré barvy s černým textem. [49]

**Obr. 2.9:** Úvodní stránka firmy VPAZ, s. r. o.



Zdroj: [49]

### 2.3.2 HON-kovo, s. r. o.

HON-kovo, s. r. o. sídlí v Opavě. Ryze česká firma je dceřinou společností HON a. s. Zabývá se výrobou a vývojem kovových dílů a komponentů pro průmyslová odvětví, především se jedná o strojní a nábytkářský průmysl. Další činností je zakázková výroba v oblasti kovovýroby. Společnost má ve svém sídle i vlastní lakovnu. [32]

Firma HON-kovo, s. r. o. má své stránky umístěny na doméně [www.hon-kovo.cz](http://www.hon-kovo.cz) (viz obrázek 2.10). V záhlaví stránky uvádí logo firmy a prezentaci výroby a výrobků, která se mění podle toho, v které části menu se uživatel nachází. V sekci menu nabízí odkaz týkající se hlavních služeb, které poskytuje. Jedná se o Výrobní technologie zahrnující (CNC laserové obrábění dutých profilů, CNC laserové řezání plechů, CNC přesné ohýbání, ohýbání dutých profilů, svařování, tryskání výrobků, práškové lakování, konstrukce a vývoj, montáž komponentů a kompletaci a balení). Ke službám uvádí pouze jejich popis a nenabízí ceny. Obrázky výrobků by měly být v odkazu Produkty, avšak ten po rozkliknutí není funkční. V menu je speciální sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonické, e-mailové a faxové kontakty, tak i mapu umístění firmy. Další částí menu je záložka O nás, kde firma uvádí předmět činnosti a nabízené služby. Jako jedna z mála firem má v menu obsažen i odkaz Kariéra, kde

má uvedeno, jaké pracovníky v současné době hledá. Pozadí stránky je v barevné kombinaci zelené a bílé, text je napsán černou barvou. [32]

**Obr. 2.10:** Úvodní stránka firmy HON-kovo, s. r. o.



Zdroj: [32]

### 2.3.3 CNC obrábění Trčka

Firma vznikla roku 1990 v Ostravici. Postupem času přešla na strojírenskou výrobu. Nyní je její hlavní činností především přesné CNC obrábění kovů, plastů a dalších materiálů. Konkrétně se zabývá CNC soustružením, vrtacími a frézovacími operacemi a výrobou slévárenských modelových zařízení. Firma také zajišťuje tepelné zpracování, povrchové úpravy, svařování a broušení. [48]

Firma CNC obrábění Trčka má své stránky umístěny na doméně [www.cnc-obrabeni.com](http://www.cnc-obrabeni.com) (viz obrázek 2.11). V záhlaví stránky uvádí název firmy a obrázek stroje. V sekci menu nabízí odkaz Seznam služeb týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC soustružení a CNC frézování), ke službám uvádí jejich popis, doplňuje je obrázky, ale nezveřejňuje zde ceny. Další odkazy týkající se výroby jsou Stroje (strojí park je zde uveden ve formátu PDF) a záložka Ukázky naší výroby, která však není funkční. V menu je sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonické a e-mailové kontakty, tak i mapu umístění. Další částí menu jsou Reference, kde firma vyjmenovává seznam svých (9) klientů, které kdy obsloužila (neuvádí však prolinky na jejich stránky). V hlavním menu jsou také uvedeny odkazy, které poskytují informace o firmě. Jedná se o odkazy Domů (současná činnost firmy) a O nás (vznik a předmět činnosti). Stránka je laděna do bílé barvy s černým textem. [48]



**Obr. 2.11:** Úvodní stránka firmy CNC Obrábění Trčka



Zdroj: [48]

### 2.3.4 CNC-Šnajdr

Firma působí na trhu od roku 1995. Dříve se převážně zabývala kompletací a svařováním konstrukcí a dílů strojů. Od roku 2000 se věnuje také obrábění na CNC strojích. CNC-Šnajdr zpracovává jak zakázky tuzemských, tak i zahraničních dodavatelů. V současnosti zaměstnává 15 pracovníků a sídlí v Hladkých Živicích. [25]

Firma CNC-Šnajdr má své stránky umístěny na doméně [www.cnc-snajdr.com](http://www.cnc-snajdr.com) (viz obrázek 2.12). V záhlaví stránky uvádí název firmy a předmět činnosti. V sekci menu nabízí odkazy týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC soustružení, CNC frézování, Ocelové konstrukce a Povrchová úprava kovů). Ke službám uvádí pouze popis stroje, na kterém vyrábí, nenabízí však ceny a ani službu nedoplňuje obrázky. V menu je speciální sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonické, e-mailové, tak faxové kontakty, dokonce je zde i mapa místa, kde firma sídlí. Další částí menu jsou Reference, kde firma vyjmenovává seznam svých (16) klientů, které kdy obsloužila, a činnost, kterou pro ně vykonala, neuvádí však prolinky na jejich stránky. Rovněž je zde uveden i odkaz Realizace, kde by měly být umístěny fotky výrobků, avšak po otevření je stránka nenačte. Poslední částí menu je odkaz O firmě, kde je popsán její vznik, předmět činnosti a fotografie provozovny. Celá prezentace je laděna do bílé, oranžové a sytě modré barvy. [25]

**Obr. 2.12:** Úvodní stránka firmy CNC-Šnajdr



Zdroj: [25]

### 2.3.5 PBM, spol. s. r. o.

Společnost byla založena v roce 1992 v Orlové jako výrobní firma za účelem lisování a obrábění kovů. Od roku 1994 sídlí v Ostravě a její hlavní zaměření je na obrábění. Specializuje se na sériovou výrobu menších dílců do průměru 30 mm. Je schopna zajistit válcování závitů, tepelné zpracování, broušení povrchu a povrchovou úpravu. [42]

Firma PBM, spol. s. r. o. má své stránky umístěny na doméně [www.pbm.cz](http://www.pbm.cz) (viz obrázek 2.13). V záhlaví stránky uvádí název firmy a obrázek výrobního stroje. V sekci menu nabízí odkaz Technologie, kde uvádí seznam strojů a dva hlavní stroje doplňuje i obrázky, nenabízí však ceny. V menu je také sekce Kontakt, kde uvádí telefonický, e-mailový a faxový kontakt. Dokonce jako jedna z mála firem nabízí formulář pro zaslání zprávy společnosti. Další částí menu jsou Reference, kde firma vyjmenovává seznam svých (10) klientů, které kdy obsloužila, a uvádí také prolinky na jejich stránky. Dále hlavní menu obsahuje odkaz Profil, kde je uvedena historie a současnost společnosti doplněná obrázky. Celá prezentace je v barevné kombinaci bílé, červené a šedé. [42]

**Obr. 2.13:** Úvodní stránka firmy PBM, spol. s. r. o.



Zdroj: [42]

### 2.3.6 KOVO HAKEN, s. r. o.

Firma vznikla v roce 2004, kdy byla změněna z PETR HAKEN – KOVO na KOVO HAKEN, s. r. o. se sídlem v Kojeticích. Společnost se zabývá zakázkovou strojní výrobou obráběných a svařovaných dílů na CNC strojích. Jedná se především o materiály z oceli, hliníkových slitin, mědi, bronzu, mosazi a nerez. Výrobky firma dodává převážně českým odběratelům. [24]

Firma KOVOHAKEN má své stránky umístěny na doméně [www.kovohaken.cz](http://www.kovohaken.cz) (viz obrázek 2.14). V záhlaví stránky uvádí název firmy a obrázky výrobních strojů. V sekci menu nabízí odkazy týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC obrábění, Klasické obrábění, Příprava materiálu a Svařování), ke službám uvádí jejich popis a doplňuje je obrázky, nenabízí však ceny. V menu je speciální sekce Kontakt, kde uvádí jak telefonický, tak e-mailový kontakt. Další částí menu je odkaz Partneři, kde firma vyjmenovává seznam svých (20) klientů, které kdy obsloužila, a uvádí i prolinky na jejich stránky. Poslední částí menu je Úvod, kde je popsán vznik společnosti a předmět činnosti. Prezentace je laděna do šedé, červené a bílé barvy. [24]

Obr. 2.14: Úvodní stránka firmy KOVO HAKEN, s. r. o.



Zdroj: [24]

### 2.3.7 KOMP-CZ s. r. o.

Sídlem společnosti KOMP-CZ s. r. o. jsou Voděrady. Založena byla v roce 1996 jako fyzická osoba. Vlastníkem byl Miloš Pokorný. V roce 2007 byla firma zapsána do obchodního rejstříku pod novým názvem KOMP-CZ s. r. o. Firma poskytuje komplexní služby v oblasti obrábění kovů. Zabývá se malosériovou i sériovou výrobou. [34]

Firma KOMP-CZ s. r. o. má své stránky umístěny na doméně [www.komp-cz.cz](http://www.komp-cz.cz) (viz obrázek 2.15). V záhlaví stránky uvádí název společnosti. V sekci v menu nabízí odkazy týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC obrábění, Obrábění a Zámečnictví), ke

službám uvádí jejich popis a doplňuje je obrázky, nenabízí však ceny. V menu je také sekce Kontakt, kde uvádí jak telefonické, e-mailové, tak i faxové kontakty. V této sekci je rovněž uvedena adresa firmy a mapa jejího umístění. Další částí menu je odkaz O firmě (kde jsou uvedeny informace o vzniku firmy, její činnosti a vlastníkově). Internetové stránky jsou laděny do zelené, šedé a bílé barvy. [34]

**Obr. 2.15:** Úvodní stránka firmy KOMP-CZ s. r. o.



Zdroj: [34]

### 2.3.8 STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.

Ve strojním průmyslu působí firma STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o. od roku 1999. Provádí montáže technologických zařízení, strojní údržbu, renovace strojních dílců, zhotovení projektové a výrobní dokumentace a svařování. [47]

Firma STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o. má své stránky umístěny na doméně www.strl.cz (viz obrázek 2.16). V záhlaví stránky uvádí název firmy, předmět činnosti, odkazy (Mapa serveru, Úvodní stránka a Napište nám) a možnost volby cizího jazyka. V sekci menu nabízí odkaz Výrobní program týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC obrábění kovů, Inspekční údržba, Montáž technologických zařízení, Svařování a renovace a Aerodynamické tunely), ke službám uvádí popis služby, nenabízí však ceny, ani službu nedoplňuje obrázky. V menu je také sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonické, tak e-mailové kontakty, dokonce i mapu umístění společnosti. Další částí menu je Strojový park, kde jsou umístěny stroje, které firma vlastní, s jejich obrázky a popisem. Firma nabízí také záložku Poptávka, kde je umístěn formulář pro získání bližších informací i s možností sjednání osobní schůzky a návrhu jejího termínu. Zbývající části menu tvoří Úvod (vznik a obor činnosti podniku), Aktuality a záložka O společnosti (hlavní zaměření a reference). Důraz je kladen na červenou, černou a bílou barvu. [47]

Obr. 2.16: Úvodní stránka firmy STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.



Zdroj: [47]

### 2.3.9 OVA – CNC obrábění kovů

OVA – CNC obrábění kovů má sídlo ve Fryštáku. Majitelem společnosti je Oldřich Vaňhara. Činností firmy je převážně sériové obrábění výkovků a odlitků, ale zabývá se také malosériovou a kusovou výrobou. [40]

Firma OVA – CNC obrábění kovů má své stránky umístěny na doméně [www.vanhara.cz](http://www.vanhara.cz) (viz obrázek 2.17). V záhlaví stránky uvádí název firmy a předmět činnosti. V sekci menu nabízí odkaz Technologie, kde uvádí popis výrobní technologie, nenabízí však ceny, ani službu nedoplňuje obrázky. V menu je speciální sekce Kontakty, kde uvádí jak telefonické, tak e-mailové kontakty, dokonce i mapu umístění firmy, výpis ze Živnostenského rejstříku a údaje o plátcí DPH. Další částí menu je Home (uveden předmět činnosti, hlavní zákazníci a fotografie výrobků). Barevně je stránka laděna do bílé barvy s černým textem. [40]

Obr. 2.17: Úvodní stránka firmy OVA – CNC obrábění kovů



Zdroj: [40]

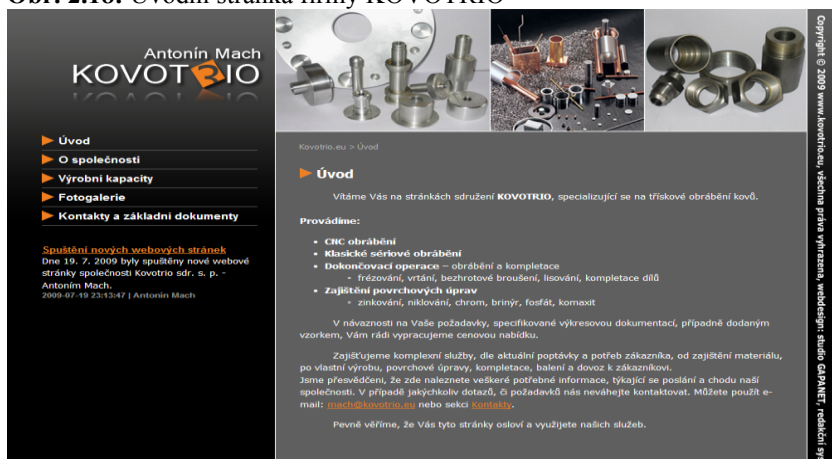


### 2.3.10 KOVOTRIO

Firma sídlí v Kostelci nad Labem a na trhu působí od roku 1999 jako sdružení soukromých podnikatelů. Zabývá se obráběním kovů se specializací na sériovou výrobu, dokončovacími operacemi (obrábění a kompletace) a zajištěním povrchové úpravy. [35]

Firma KOVOTRIO má své stránky umístěny na doméně [www.kovotrio.eu](http://www.kovotrio.eu) (viz obrázek 2.18). V záhlaví stránky uvádí název firmy a obrázky výrobků. V sekci menu Výrobní kapacity nabízí odkazy týkající se hlavních služeb, které poskytuje (CNC obrábění, Klasické sériové obrábění a Dokončovací operace), ke službám uvádí pouze jejich popis, nenabízí však ceny, ani služby nedoplňuje obrázky. Obrázky výrobků a strojů jsou umístěny v záložce Fotogalerie. V menu je také sekce Kontakty a základní dokumenty, kde uvádí jak telefonické, tak e-mailové kontakty, dokonce i mapu umístění firmy, živnostenské oprávnění a registraci o DPH. Dalšími částmi menu jsou Úvod, kde je uveden předmět činnosti a záložka O společnosti (vznik a předmět podnikání). Prezentace je laděna do bílé, černé a šedé barvy s oranžovými prvky. [35]

**Obr. 2.18:** Úvodní stránka firmy KOVOTRIO



Zdroj: [35]

### 3 Teoretická východiska analýzy konkurence internetových stránek

#### 3.1 Internet

**Definice internetu dle Blažkové:** „Internet je celosvětová síť spojující počítače různých vlastníků, která je decentralizovaná a odolná proti výpadku jedné nebo několika částí a která umožňuje přenos dat, používání e-mailu, prohlížení hypertextových dokumentů a další služby.“<sup>1</sup>

**Další definice je z encyklopedie Wikipedie:** „Internet je celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí („síť sítí“), ve kterých mezi sebou počítače komunikují pomocí rodiny protokolů TCP/IP.“<sup>2</sup>

Obě definice vyjadřují v podstatě totéž, a to že internet je celosvětový, navzájem propojuje počítače uživatelů a umožňuje jim mezi sebou komunikovat.

#### Srovnání internetu s tradičními médii

Srovnáním internetu s tradičními médii lze nalézt jak shodné, tak rozdílné faktory. Všechny jsou uvedeny v následující tabulce č. 3.1. Z tabulky je patrné, že internet jako jediný působí celosvětově, využívá obousměrnou komunikaci, dokáže přenášet všechny multimediální prvky a každý uživatel si může zvolit informace, které chce dostávat. Reklama na internetu je levná, působí po dobu prohlížení stránek nepřetržitě, lze snadno měřit její účinnost a rychlost odezvy na reklamní sdělení může být okamžitá. Nevýhodou je, že v některých případech neznáme autora zprávy nebo díla, takže zde existuje určitá nevěrohodnost. [1]

---

<sup>1</sup> BLAŽKOVÁ, M. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1. Str. 13.

<sup>2</sup> Wikipedie [online]. 2011 [cit. 2011-01-13]. Internet. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>.

**Tab. 3.1:** Srovnání internetu s tradičními médii

Faktor	Televize	Rozhlas	Časopisy, noviny	Internet
Působnost média	Převážně regionální	Převážně regionální	Převážně regionální	Celosvětová
Směr komunikace	Jednosměrná	Jednosměrná	Jednosměrná	Obousměrná
Přenos	Zvuk, obraz	Zvuk	Text, obrázky	Zvuk, video, text, obrázky
Zdroj zprávy	Věrohodný	Věrohodný	Věrohodný	Někdy nevěrohodný
Možnost individualizace obsahu	Ne	Ne	Ne	Ano
Cena reklamy	Vysoká	Střední	Střední	Nízká
Působení zprávy, reklamy	Krátkodobé, v okamžiku vysílání; výhradní; push	Krátkodobé, v okamžiku vysílání; výhradní; push	Dlouhodobé, po dobu prohlížení stránky; výhradní; push	Dlouhodobé, po dobu prohlížení webové stránky; doplňkové; pull
Opětné zhlédnutí zprávy, reklamy	Ne	Ne	Ano	Ano
Rychlost odezvy na reklamní sdělení	Zpoždění	Zpoždění	Zpoždění	Okamžitě
Možnost měřit účinnost reklamního sdělení	Střední	Nízká	Nízká	Velmi vysoká

Zdroj: [1]

### Využití internetu v marketingu

Využití internetu v marketingu je široké, lze ho využít zejména k **účinné prezentaci firmy a jejich výrobků** a jako **informační zdroj**. Firma může prostřednictvím internetu realizovat nejrůznější marketingové kampaně, včetně budování značky, a zvýšit tak povědomí o své firmě. Konkrétně se může jednat o internetové stránky doplněné o program pro zvýšení loajality zákazníků, poskytování nejrůznějších služeb, dostupné návody na použití jednotlivých výrobků či nepřetržitá technická podpora. Internet nabízí také informace o zákaznících, konkurentech, vývoji trhu, o výrobcích a službách. [1]

Některé firmy internet již integrovaly do svých marketingových strategií. Ale mnoho firem si není jisto, zda pro ně může být zdrojem příjmů, či dokonce konkurenční výhody. I přesto, že internet nabízí pro marketing mnoho výhod, ať už se jedná o to, že zde lze uskutečňovat globální marketing, využít ho jako nový prodejní kanál či zvýšit prostřednictvím něj penetraci. Použitím internetu lze dosáhnout srovnatelných výsledků, jako u tradičních médií, ale při nesrovnatelně nižších nákladech. [1; 12]



### 3.2 Internetový marketing

Internetový marketing se odehrává ve specifickém prostředí internetu a vychází z praktik klasického marketingu. V některých aspektech však vyžaduje odlišný přístup než u klasického marketingu. **Nástroje**, které využívá, jsou v užším pojetí pouze internetová reklama a vlastní webové stránky. V širším pojetí pak i další nástroje marketingové komunikace, které se na internetu také uplatňují: online public relations, online direct marketing a podpora prodeje na internetu. [1; 36]

Faktory vedoucí k vývoji internetového marketingu lze rozdělit na technologické a ekonomické. Mezi **technologické faktory** patří změny v připojení, které se změnilo z dial-up na vysokorychlostní připojení, zvýšení rychlosti RAM paměti počítače, zlepšení v oblasti internetového zabezpečení a zavádění nových technologií. U **ekonomických faktorů** se jedná o spolehlivost trhu online nákupních systémů, jejich zabezpečení a klesání ceny hardwaru a internetových služeb. [15]

Společnost Actum oslovila 200 marketérů z významných společností působících na českém trhu. **Cílem** tohoto výzkumu bylo zjistit, jak vnímají **český internetový marketing**. Z výsledků dotazování vyplynulo, že podíl internetového marketingu na celkovém mixu roste a dosahuje úrovně kolem 20 %. Internetový marketing je pro firmy stále důležitější a očekává se jeho celkový růst. Důvodem je hlavně vyšší efektivita ve srovnání s ostatními médii, možnost přesného vyhodnocení a výhoda flexibility. Jako nové směry, kam by se mohla ubírat pozornost českých marketérů jsou vnímány sociální sítě a mobilní marketing. [16]

#### Internetový marketing pro B2B

V mnoha směrech je velký rozdíl v marketingu pro koncové (B2C) a firemní (B2B) zákazníky. Dáno je to především způsobem rozhodování ve firmách, kde se na konečném rozhodnutí podílí více lidí. V B2B marketingu je důležité budování důvěry. Ten, kdo přichází na www stránky firmy, musí najít relevantní informace o firmě a produktech. Zákazníci tedy vyhledávají informace jak technické, tak ekonomické a mnohdy nepoužívají jen největší vyhledávače (Seznam, Google), ale také menší a specializované. Prochází různé odborné portály, sledují zprávy, čtou odborné články, je pro ně důležité najít nějakou odlišnost v nabídce a také se potřebují dostat k detailním informacím o produktech a firmě. [6]

### 3.3 *Komunikace na internetu*

Internet má dopad na celkovou firemní komunikaci, podnikovou kulturu a vytváří nové komunikační prostředí. Týká se to jak vnitřní komunikace, tak i vnější komunikace. **Nejběžnějším prostředkem** komunikace je **World Wide Web**, který nabízí rozsáhlé možnosti jak z hlediska koncových uživatelů, tak z hlediska komerčního. [1]

Existují **dva druhy cílů marketingové komunikace na internetu**, a to cíle ve směru k zákazníkovi, kterými jsou informovat, ovlivňovat, přimět k akci a udržovat vztah. Dále jsou to cíle směrem od zákazníka, které zahrnují poskytování informací vztahujících se k nákupu, informací o požadavcích, potřebách, spokojenosti a v neposlední řadě také informací o zákazníkovi samotném. [6]

**Výhodou** komunikace na internetu je hlavně celosvětový dosah, protože lze sdělovat zprávu různým lidem po celém světě najednou. Dalšími výhodami jsou nepřetržitost, rychlost sdělení, zpětná vazba, nízké náklady, obsáhlost a selektivnost informací a poslední výhodou, kterou komunikace na internetu nabízí, je snadná práce s informacemi, které lze rychle aktualizovat. **Nevýhodami** komunikace na internetu jsou technická omezení a neosobnost komunikace. [1]

Dle výzkumu, který provedla výzkumná agentura United Interactive na vzorku 300 firem, byla zjištěna **role internetu a on-line aktivity u MSP**. Nejčastěji firmy volí ke své propagaci internetové stránky (76 %) a on-line katalogy (53 %). Z celkového počtu respondentů jich 97 % používá ke své propagaci internetové stránky a 42 % spoléhá pouze na neplacenou prezentaci ve vyhledávacích. Respondenti oceňují výhodnější ceny, dostupnost (21 %) a jednoduchost on-line reklamy (18 %). Čtvrtina všech společností je přesvědčena, že bariéry pro vstup na internet jim může pomoci překonat dobrý zdroj informací nebo praktický návod. [17]

**Nejvíce do reklamy na internetu investují** podnikatelé z oblastí peněžního zprostředkování, motorových vozidel, širokého sortimentu, cestovních agentur, činností souvisejících s telekomunikační sítí a zpracováním dat. [18]

#### 3.3.1 **Komunikační mix na internetu**

Firmy využívají komunikační mix ke komunikaci s cílovými skupinami, aby odlišily své výrobky, informovaly a přesvědčily své zákazníky. Internet může zprostředkovat dialog mezi potenciálním zákazníkem a prodejcem a můžou se jeho prostřednictvím nabízet různé propagační materiály. [1]

## **Reklama na internetu**

Reklama na internetu může mít několik podob, a to reklamní prvky na webu, placené odkazy, reklama vkládaná do emailů a reklama v diskusních skupinách. [1]

Mezi **nejznámější** formu internetové reklamy patří **klasická bannerová reklama**, dalšími typy jsou obrázková a textová reklama, interaktivní animace a video. **Cílit** lze internetovou reklamu na jednotlivé stránky, plošně na obory a zaměření obsahu, podle technických parametrů prohlížeče, regionu, pohybu návštěvníka na stránkách, času, či podle slov na stránce nebo slova ve vyhledávání. **Platit za reklamu** je možno za počet zobrazení, určité časové období, jednotlivá kliknutí, následnou akci po zhlédnutí reklamy nebo provizi z objednávky. V dnešní době je **nejlevnější a nejdostupnější výměnná reklama**. [20]

**Výhody reklamy na internetu** zahrnují nízké výrobní náklady, interakci, zpětnou vazbu, nepřetržitost, cílené zaměření na konkrétní typ zákazníka, snadné měření reakce uživatelů a využití obrázků, textů, zvuků a hypertextových odkazů. Mezi **nevýhody** patří možnost blokování reklamy speciálními programy, nevšimavost, omezená velikost reklamní plochy a malé procento z celkového reklamního objemu. [1]

## **Public relations na internetu**

Smyslem Public relations je vytvořit v povědomí veřejnosti kladnou představu o podniku, jeho aktivitách a výrobcích. Mezi **nejčastější PR aktivity** na internetu patří firemní internetové stránky, tiskové zprávy novinářům, virální marketing, články, virtuální noviny a časopisy, virtuální tiskové konference, sponzoring a diskuse v elektronických konferencích.

**Výhodou** PR na internetu je možnost oboustranné komunikace, zacílení a podpory pro tradiční metody PR. **Nevýhodou** je nutnost průběžné aktualizace informací na webových stránkách a technická omezení. [1; 6]

## **Podpora prodeje na internetu**

Podpora prodeje na internetu zahrnuje krátkodobé stimulování k nákupu určitých výrobků či služeb (pobídky k nákupu, partnerské a věrnostní programy). Existují dva druhy podpory prodeje. Prvním typem je **spotřebitelská** podpora, která je zaměřena na konečného spotřebitele. V tomto případě lze uplatnit množstevní slevy, sbírání bodů či kupónů, zaslání vzorku, dárky a členské programy. Druhým typem je **institucionální** podpora prodeje na internetu, která je zacílena na firmy nebo na prodejce. Zde se uplatňují slevy, zboží zdarma a reklamní zboží.

**Výhodou podpory prodeje** na internetu je nižší cena, možnost nabízet produkty v podstatě kdykoli. Také zpracování a vyhodnocení je snazší a rychlejší a lze provádět více akcí v krátkém časovém období. Mezi **nevýhody** patří zasáhnutí jen určité skupiny spotřebitelů, kupování výrobků jen v době akce a obava zákazníků z prozrazení osobních údajů. [1; 6]

### **Přímý marketing a internet**

V prostředí internetu se jedná o oslovení konkrétního potenciálního zákazníka prostřednictvím elektronické pošty. Důvodem je rozesílání elektronických magazínů, katalogů, novinek a reklamních zpráv. [1]

Mezi stěžejní **výhody** patří personalizace výrobků/služeb, efektivnější zacílení, využití one-to-one dialogu a nižší náklady. Oproti tomu je považováno za **nevýhody** oslovení jen uživatelů internetu a použití softwaru proti spamingu a nevyžádané poště u zákazníků. [1]

## **3.4 Webové stránky**

Pro většinu firem bývá vytvoření webových stránek prvním krokem v e-marketingu. Pracovníci marketingu musí navrhnout atraktivní design, vymyslet, jak zaujmout zákazníky, jak je co nejdéle na webu udržet a dosáhnout toho, aby se na něj vraceli co nejčastěji.

### **3.4.1 Základní služby www**

Pro existenci služby www na internetu je zapotřebí počítačů, jež mají nainstalován speciální software pro podporu přenosového protokolu **HTTP**. Jedná se o protokol sloužící pro vzájemnou komunikaci a výměnu dat mezi serverem a klientským počítačem. Tyto servery jsou označovány jako servery HTTP. [13]

Každý z HTTP serverů může obsahovat celou řadu informací rozličného charakteru. Tyto informace jsou rozděleny do ucelených částí a mají na internetu svou specifickou adresu, označovanou jako **www server**. [13]

Jednotlivé kapitoly uspořádané na www serveru se nazývají **www stránky**. Webové stránky slouží k mnoha účelům. Mohou být použity pro sdílení obrázků, poskytnutí informací, nebo dokonce k prodeji produktů. Každá webová stránka je jednoznačně identifikována s názvem domény. [11; 13]

Každá www stránka má svou specifickou adresu. Někdy se odborně nazývá **URL** (Uniform Resource Locator). Jednotlivé části www adresy tvoří typ přenosového protokolu, adresa www serveru a cesta k dokumentu. Úkolem *typu přenosového protokolu* (*http://*) je

zabezpečení plynulé komunikace mezi počítačem uživatele a www serverem. Tyto protokoly jsou standardizovány a díky tomu je možné přenášet i dokumenty mezi různými typy systémů (Windows, Unix, OS/2 atd.). [13]

Umístění www serverů v rámci internetu udává *adresa www serveru*. Obvyklým typem této adresy je **www.organizace.země**. První část tvoří zkratka www, aby bylo na první pohled jasné, že se jedná o www server. Druhá část bývá obvykle jméno firmy, organizace nebo účelu, pro něž byl server zřízen. Třetí část udává ve zkratce jméno země, ve které se daný www server nachází. Server umístěn v ČR bude mít zkratku .cz, komplikace nastávají u domén .com (komerční sféra), .edu (oblast akademických institucí) a .org (oblast různých organizací), jež mohou vlastnit firmy kdekoli na světě. [13]

Poslední částí www adresy je *cesta k dokumentu*, která je složená z adresáře, v němž se příslušný dokument nachází na www serveru a jména souboru. Html soubory mívají standardně koncovku \*.htm, nebo \*.html. [13]

Hlavní stránka serveru, která obsahuje základní informace o www serveru a především mnoho odkazů na další zajímavé stránky serveru je pojmenováno jako domovská stránka, neboli **homepage**. [13]

Text na www stránkách, který je místy zvýrazněn (zpravidla podtržením a jinou barvou), je označován jako **odkazy (hyperlinks)**. Pokud uživatel klikne tlačítkem myši na takto zvýrazněný text, přechází na další www stránku. Odkazy se nemusejí nacházet jen v textu, ale může jimi být například obrázek, nadpis nebo tlačítko. [13]

Úkolem **prohlížeče www stránek** je zpracovat informace přijímané z internetu a vhodným způsobem je zobrazit na obrazovce počítače. [13]

### 3.4.2 Návrh webových stránek

Existují dva typy webových stránek, a to firemní a marketingové webové stránky. **Účelem firemních webových stránek** je komunikace se zákazníky a doplnění tradičních distribučních cest, nikoli přímý prodej výrobků. Jejich cílem je odpovědět na otázky zákazníků, vytvářet vztahy s nimi a posilovat pozitivní postoj k firmě. Obvykle je na nich zmíněna historie firmy, její cíle, výrobky a služby, aktuální události, zaměstnanci, finanční výsledky a možnost zaměstnání. Objevují se zde i zábavné prvky, aby přilákaly a udržely pozornost návštěvníka webu. **Snahou marketingových webových stránek** je navázat interakci se zákazníky, aby se zvýšila pravděpodobnost, že si něco koupí. Obsahují katalog, rady a tipy pro nákup a nástroje pro podporu prodeje (kupony, prodejní akce nebo soutěže). Využívají je i firmy v segmentu B2B. [7]

Trendem a cestou, kterou se budou weby pravděpodobně ubírat, je **Web 2.0**. Budoucnost je zde spatřována v sociálních sítích, umožňujících lidem sdílet informace a vytvářet komunity (Facebook, YouTube, Flickr, Twitter). Uživatelé zvyšují svou aktivitu prostřednictvím wikis (stránek dovolujících návštěvníkům přidávat a editovat obsah a tím se podílet na jeho vytváření). Dochází ke změně komunikačních nástrojů, roste význam e-mailu, podcastingu, instant messaging a usnadňování toků směrem k uživatelům (RSS). Posledním trendem je folksonomies (uživatelsky generované kategorizační systémy používané pro třídění, sdílení, komentování stránek, fotek, videí a odkazů). [6]

### ***3.5 Marketing založený na vyhledávačích (Search Engine Marketing – SEM)***

Tento marketing se zabývá placenými i neplacenými odkazy. Aplikace SEM je komplexní a dlouhodobý proces. Jednotlivé fáze SEM marketingu jsou tvořeny **analýzou cílového segmentu klíčových slov**, který je množinou dotazů relevantních pro dané stránky. Dále **analýzou obsahu stránek**, která zahrnuje ověření přístupnosti relevantního textu pro roboty vyhledavačů, vyhodnocení frekvence klíčových slov ve vztahu k jejich umístění na stránce a další technické aspekty. Posledními částmi jsou **optimalizace stránek**, **registrace stránek ve vyhledávačích a katalozích** a **monitorování výsledků**. [1]

#### **3.5.1 SEO (optimalizace pro vyhledávače)**

SEO není jen technická disciplína, ale jde o tvůrčí činnost, je to dlouhodobý a kontinuální proces. V souvislosti s tím, že i konkurence své stránky optimalizuje, je nutné provést změny, aby se firma udržela na předních pozicích. V užším pojetí je **cílem optimalizace** pro vyhledávače přivedení návštěvníků na stránky, ale v širším smyslu jde o jejich přeměnu na zákazníky. [6]

Prvním krokem při optimalizaci stránek je určení vyhledávače, obvykle se jedná o nejvíce využívané. Dalším krokem je určení klíčových slov a frází, na které se chce firma zaměřit při vyhledávání. Posledním krokem je přidělení klíčových slov a frází na základě obsahu firemního webu. [14]

#### **Faktory SEO na stránkách**

Za klíčové faktory na stránkách jsou považovány titulek stránky, popis stránky, nadpis h1, klíčová slova, popis obrázku, text stránky a zdrojový kód.

**Titulek stránky** musí být srozumitelný a má poskytovat smysluplnou informaci. Měl by mít maximálně několik slov. Vyhledávače akceptují 70 - 80 znaků, co je za tím, ignorují.

Důležité je také vyhnout se obecným slovům (web, www, home, úvod) a opakování slova na každé stránce (např. název firmy). [6; 50]

**Popis stránky** není na stránce vidět, ale zobrazuje se ve výsledcích vyhledávání jako úryvek textu. Měl by vyjadřovat zkráceně obsah stránky. Délka popisu by neměla přesáhnout 250 znaků, zbývající vyhledávač ignoruje. Vhodné je zde zahrnout klíčová slova. [6]

**Nadpis h 1** by měl vyjadřovat obsah stránky, upoutat pozornost a být odlišný od titulku stránky. Nadpisy h2 – h4 slouží především pro lepší orientaci v textu stránky. [6]

**Klíčová slova** by se měla vyskytovat již v prvním odstavci. Zvýraznění těchto slov (tučně, kurzíva) se používá pro lepší orientaci uživatelů. Při vyhledávání má však malý význam pro vyhledávače. [6]

**Popis obrázku** by měl stručně popsat to, co se nachází na obrázku. Při problémech se zobrazením mají uživatelé alespoň informaci o tom, že se na stránce nachází obrázek a jeho popis. [6]

**Text stránky** by měl být strukturovaný do odstavců, které slouží k zpřehlednění obsahu stránky. [50]

U **zdrojového kódu**, který má příliš mnoho chyb, může nastat problém se zobrazením u uživatele. Dále by měl mít optimální velikost, protože příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat. [50]

## **Metody v SEO**

**Etické metody** se snaží o vylepšení stránek pro všechny čtenáře s tím, že se takovým vylepšením zvýší i kvalita stránek z pohledu prohledávajícího robota. Etickými metodami je kvalitní a unikátní obsah, používání (X)HTML značek (tagů) podle normových předpisů, používání titulku, nadpisů a popisů, krátká a neměnná URL adresa, budování zpětných odkazů a správné používání souboru robots.txt. [52]

Kromě etických metod se některé webové stránky snaží vylepšit svou pozici ve vyhledávacích **neetickými metodami**. Stránkám používajícím tyto techniky hrozí při odhalení výrazný propad ve výsledcích. Typickými neetickými metodami je spam, oklamání robotů a skrytý text. [52]

## **3.6 Analýza konkurence**

Na trhu zpravidla není jen jedna firma, která poskytuje zákazníkům podobné výrobky, ale nachází se v rámci určitého odvětví v konkurenčním prostředí, kde je obklopena mnoha dalšími firmami, které usilují o totéž. Vzájemné soupeření vytváří konkurenci. Podle

nahraditelnosti produktu můžeme rozlišovat **čtyři úrovně konkurence**, jedná se o konkurenční varianty výrobku v rámci značky, výrobkové formy, konkurenční formy výrobku v rámci výrobkové třídy a konkurenční výrobkové třídy v rámci základní potřeby. [9]

**Cílem analýzy konkurence** by mělo být odhadnutí budoucího chování konkurentů na trhu a respektování konkurentů při vlastním procesu rozhodování o marketingové strategii, taktice a její implementaci. Podnik by měl stále srovnávat potřeby a očekávání zákazníků s parametry své nabídky a nabídky konkurence, aby si mohl uvědomit, v čem může být lepší než konkurence a v čem spočívají jeho slabé stránky. Jen tak může management podniku poznat, jak má vytvářet svou konkurenční výhodu. [10]

Při analýze konkurentů je důležité porozumění tomu, kdo jsou vlastně konkurenti, ať už přímí, současní, či potenciální. Následně je důležité zhodnotit jejich schopnosti, cíle, strategie, očekávání, zdroje, silné a slabé stránky. V analýze nelze uvažovat o jednotlivých faktorech izolovaně, ale pouze v celku, neboť jen tak lze zjistit jejich celkový vliv. Posledním krokem v analýze je navrhnutí případné aktivity a strategie, které by podniku pomohly získat konkurenční výhodu oproti ostatním a reagovat na budoucí konkurenční strategie. [2]

K analyzování konkurence lze využít různé metody, například SWOT analýzu, analýzu strategických skupin, analýzu tržních mezer a benchmarking.

**SWOT analýza** je analýzou silných a slabých stránek nacházejících se ve vnitřním prostředí a analýzou příležitostí a hrozeb z vnějšího prostředí. Cílem je identifikovat, zda je současná strategie schopna se vyrovnat se změnami v prostředí. [5]

**Analýza strategických skupin** umožňuje systematické sledování koncepce strategických skupin, které tvoří podniky jednoho odvětví. Tyto podniky musí být srovnatelné z hlediska způsobů strategického chování. Srovnatelnost se projevuje například ve stupni vertikální integrace, rozsahu palety produktů, nabídce obdobných služeb, využití podobných technologií, pokrytí stejné geografické oblasti, využití podobných distribučních cest atd. Existují dvě extrémní situace ve vytváření strategických skupin. První je skutečnost, že odvětví může představovat unifikovanou strategickou skupinu. Poté se analýza strategické skupiny shoduje se všeobecnou analýzou odvětví. Druhým extrémním případem je, že odvětví má různé strategické skupiny (každý podnik uplatňuje jinou strategii). V tomto případě analýza těchto různých skupin odpovídá tradiční analýze konkurence. [5]

**Analýza tržních mezer** (GAP analýza) je jednoduchý nástroj, který usnadňuje manažerům rozhodování při volbě marketingových strategií. Cílem je identifikovat nesrovnalosti mezi marketingovými deklarovanými a dosaženými cíli, kdy běžné aktivity nejsou přizpůsobeny dosažení vytýčených cílů. Při této analýze se řeší především to, jak



posuzovat vzniklou mezeru mezi deklarovanými cíli a skutečně dosaženými cíli a jak vzniklou mezeru překonat. [5]

Poslední metodou je **benchmarking**, jehož podstatou je umění učit se od společností, které provádějí některé úkoly lépe než jiné společnosti. Cílem je okopírovat „nejlepší praktiky“ buď v rámci odvětví, nebo napříč odvětvími. **Provedení benchmarkingu zahrnuje sedm kroků**. Prvním krokem je určení funkce, druhým identifikování klíčových veličin výkonu, které mají být měřeny, třetím identifikování best-in-class společnosti. Následujícími kroky jsou změření výkonu best-in-class společnosti a výkonu společnosti, formulování programů k odstranění rozdílů, jejich realizování a sledování výsledků. Pro definování best-in-class společnosti je důležité zeptat se zákazníků, dodavatelů a distributorů, koho považují za nejlepšího. [8]

Mezi **metody analýzy konkurence v internetovém prostředí** patří analýza internetových stránek a klíčových slov na nich umístěných. Nejsnazší cestou k analýze konkurence na internetu je zadání klíčových slov do vyhledávačů a procházení stránek firem, které jsou umístěny na předních pozicích. Důležité je také prohledávání blogů, zpráv, zboží, obrázků atd. Další metodou je zjišťování odkazů, protože kvalita a do jisté míry i počet odkazů je důležitý pro celkové umístění ve výsledcích vyhledávání. Postavení konkurence lze zjistit i z historie internetových stránek. Téměř vše o firmě se dá dohledat, dají se sledovat postupné změny stránek, zjistit, kdo stránky vlastní, kdy byly spuštěny, jak dlouho platí registrace domény a kdo je administrátor. [6]

Sledováním chování konkurence a reakcí na zjištěné údaje může firma získat relativní výhodu. Ta se stává konkurenční výhodou, pokud je oblast relativní výhody smysluplná pro cílové zákazníky, je udržitelná po určitou dobu a nelze ji snadno napodobit konkurenty. [9]

## 4 Metodika výzkumu

### 4.1 Přípravná fáze

#### Definování problému a cíle výzkumu

Většina firem považuje internet za důležitý pro své podnikání, ale v praxi se objevují dva zásadní problémy. Prvním problémem je samotné vytvoření internetové prezentace (kvalita, srozumitelnost a přehlednost). V případě, že už firma vlastní internetové stránky, je druhým problémem zlepšení vlastní dohledatelnosti

Téma analýzy konkurence internetových stránek jsem si vybrala proto, že mě tato oblast zajímá, a také proto, že mě o provedení analýzy požádal majitel firmy MIVAŠ Petr Michálek, který chce zlepšit stav svých současných internetových stránek.

**Cílem výzkumu** je zaměřit se na vybrané internetové stránky firem zabývajících se přesným strojním obráběním a zhodnotit je pomocí hodnotícího formuláře.

#### Hypotézy

Stanovila jsem následující hypotézy, které má marketingový výzkum buď potvrdit, nebo vyvrátit:

**Hypotéza 1:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska obsahu webové stránky podprůměrné.

**Hypotéza 2:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska technických parametrů webové stránky nadprůměrné.

**Hypotéza 3:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska uživatelské přívětivosti nadprůměrné.

**Hypotéza 4:** Síla webových stránek firmy MIVAŠ je alespoň 50 %.

#### Zdroje informací

Pro marketingový výzkum jsem využila primární i sekundární informace. Primární informace jsem získala pomocí hodnotícího formuláře pro testování vybraných internetových stránek. Sekundární informace jsem převážně čerpala z internetových stránek jednotlivých firem, Českého statistického úřadu a stránek Seo Servisu. Jednalo se o stavové informace, protože zde nelze hodnotit předcházející či následující možný vývoj.

## Metody výzkumu

Pro získání informací byla využita metoda sběru údajů **pozorováním**. Hlavní **výhodou** této metody je nezávislost na ochotě spolupracovat. **Nevýhodou** je, že může dojít ke zkreslení dat, a také to, že se nehodí pro jevy, které se vyvíjejí nepravidelně.

**Nástrojem** pro analýzu dat byl hodnotící formulář rozčleněný do určitých sekcí (viz příloha č. 1). Formulář jsem sestavila dle cílů a hypotéz. Obsahuje 22 kritérií rozdělených do 6 částí. V první části se zabývám obsahem webové stránky (hlavní menu, popis firmy a činnosti, aktuální zprávy týkající se firmy, cenové informace, kontakty, reference, strojní park), ve druhé části se zabývám grafickým vzhledem webové stránky (barva hlavního menu a textu na stránce), třetí část je věnována technickým parametrům (URL, doména a zobrazitelnost v prohlížečích), čtvrtá uživatelské přívětivosti (vyhledávání, registrace pro prohlížení stránek a cizí jazyk, navigace), poslední dvě části obsahují interní odkazy na webové stránky (funkčnost, srozumitelnost, vzhled a barva odkazů) a multimediální prvky (videa a fotografie).

**Bodové ohodnocení** u obsahu webových stránek a uživatelské přívětivosti je na škále 0 – 2 body, u zbývajících kritérií je to 0 – 1 bod. Celkově tak firma může dosáhnout až **33 bodů**.

Mezi **výhody** hodnotícího formuláře patří především rychlost sběru dat a nízká cena. Mezi **nevýhody** patří kvalita dat a možnost jejich zkreslení.

## Základní soubor

Základní soubor tvořily všechny firmy zabývající se přesným strojním obráběním v České republice.

## Technika výběru vzorku

Konkurenty jsem vyhledala prostřednictvím dvou nejčastěji používaných vyhledávačů Seznamu a Googlu. V obou případech jsem využila prvních pět firem, které splňovaly kritérium toho, že mají webové stránky.

U Seznamu jsem využila záložku Firmy.cz, kde jsem zadala „cnc obrábění kovů“ a zatrhl Moravskoslezský kraj. Tuto záložku jsem zvolila proto, že ve vyhledávání Seznamu ani Googlu není možnost nastavení zobrazení firem z určitého kraje.

Dalších pět firem jsem vyhledala celorepublikově pomocí Google.cz, rovněž zde jsem zadala „cnc obrábění kovů“. Z prvních 10 zobrazených stránek jsem vybrala prvních pět firem, jejichž sídlo bylo v jiném než Moravskoslezském kraji. Důvodem této volby je

možnost srovnání úrovně internetových stránek v Moravskoslezském kraji s úrovní stránek firem sídlících v jiných krajích.

### **Velikost výběrového souboru**

Výběrový soubor byl tvořen 10 konkurenčními firmami na trhu přesného strojního obrábění. Byly to tyto firmy: VPAZ, s. r. o.; HON – kovo, s. r. o.; CNC obrábění Trčka; CNC-Šnajdr; PBM, spol. s. r. o.; KOVO HAKEN, s. r. o.; KOMP-CZ s. r. o.; STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.; OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO.

### **Vyhodnocení dat**

Údaje potřebné pro výzkum jsem získala z jednotlivých internetových stránek a vyhodnotila je pomocí formuláře. Softwarem pro vyhodnocení dat na základě stanovených cílů a hypotéz byl Microsoft Excel (statistické funkce průměr a suma). Výsledky jsem vyjádřila jak relativně, tak absolutně.

### **Rozpočet výzkumu**

**Tab. 4.1:** Rozpočet výzkumu

<b>Položka</b>	<b>Částka</b>
Náklady na tisk	200 Kč
Náklady na papír a kancelářské potřeby	100 Kč
Ohodnocení vlastní práce	2 500 Kč
Připojení k internetu	500 Kč
Spotřeba energie	500 Kč
<b>Celkem</b>	<b>3 800 Kč</b>

### **Harmonogram činností**

Příprava plánu marketingového výzkumu probíhala v období od 25. 1. do 21. 2. 2011. Hodnotící formulář byl vytvořen během ledna 2011. Sběr údajů byl naplánován na období od 8. 3. 2011 do 9. 3. 2011. Důvodem je, že údaje musí být získány v jednom časovém okamžiku, aby nedošlo k znevýhodnění konkurentů. Vyhodnocení a analýzu dat jsem naplánovala v časovém intervalu od 10. 3. do 20. 3. 2011.

### **Pilotáž**

Pilotáž byla provedena na náhodně vybrané internetové stránce. Zde jsem odzkoušela, zda hodnotící formulář zahrnuje všechny možnosti, které mohou nastat. Neshledala jsem chyby a přešla jsem k vlastnímu výzkumu konkurence.

## 4.2 Realizační fáze

Testování internetových stránek proběhlo dne 9. 3. 2011 (z důvodu zajištění objektivit a stejných podmínek). Výzkum proběhl dle plánu a bez problémů.

**Formulář tvořilo 6 částí:** obsah webové stránky, grafický vzhled, technické parametry, uživatelská přívětivost webových stránek, interní odkazy na webové stránky a multimediální prvky. Tyto části jsem postupně aplikovala na 11 vybraných firem (VPAZ, s. r. o.; HON – kovo, s. r. o.; CNC obrábění Trčka; CNC-Šnajdr; PBM, spol. s. r. o.; KOVO HAKEN, s. r. o.; KOMP-CZ s. r. o.; STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.; OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO). Kritéria formuláře zahrnovala všechny možnosti, které nastaly.

Získané údaje byly zpracovány v programu Microsoft Excel, kde jsem provedla součet a aritmetický průměr, jak pro jednotlivé firmy, tak i za jednotlivá kritéria. Síla webu byla otestována pomocí nástrojů na internetových stránkách [www.seo-servis.cz](http://www.seo-servis.cz) a grafický vzhled nástrojem Colour Contrast Analyser.

**Stěžejní výsledky** jsou vyjádřeny pomocí přehledných grafů a tabulek. **Souhrnné výsledky** jsou součástí přílohy č. 11 a **hodnocení síly webu** je součástí příloh č. 7 a 8.

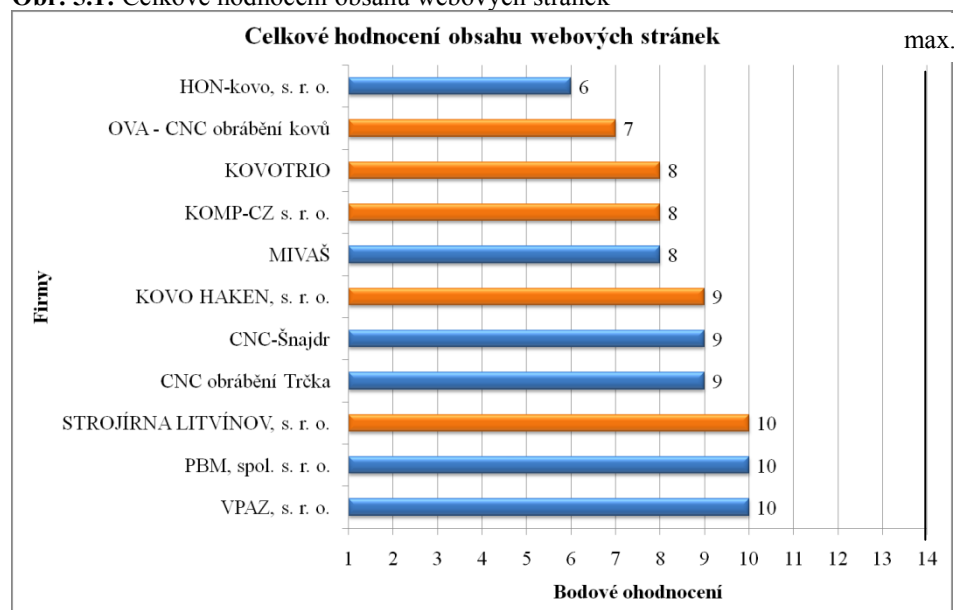
## 5 Analýza internetových stránek

Kapitola zahrnuje osm částí. V prvních šesti se věnuji analýze jednotlivých kritérií hodnotícího formuláře. Sedmá část je věnována celkovému zhodnocení internetových stránek, osmá zhodnocení síly webových stránek a v poslední části se zabývám vyhodnocením hypotéz. Firmy jsou barevně odlišeny podle toho, z jakého kraje pochází. **Modře zvýrazněny** jsou **firmy z Moravskoslezského kraje**, jedná se o MIVAŠ; VPAZ, s. r. o.; HON – kovo, s. r. o.; CNC obrábění Trčka; CNC-Šnajdr; PBM, spol. s. r. o. Firmy se sídlem v **jiném kraji** České republiky jsou **zvýrazněny oranžovou barvou**, jedná se o KOVO HAKEN, s. r. o.; KOMP-CZ s. r. o.; STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.; OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO .

### 5.1 Obsah webových stránek

Obsah webových stránek je pro návštěvníka nejdůležitější, proto by v těchto kritériích měly všechny firmy dosáhnout plného počtu bodů. Hodnotila jsem zde sedm parametrů, konkrétně se jednalo o hlavní menu, popis firmy a činnosti, aktuální zprávy týkající se firmy, cenové informace, kontakty, reference a strojní park. Všechny parametry byly hodnoceny v rozmezí 0 – 2 body. Maximální možný počet dosažených bodů byl 14, nedosáhla ho však žádná z testovaných firem. Následující obrázek č. 5.1 ukazuje celkové hodnocení jednotlivých firem.

Obr. 5.1: Celkové hodnocení obsahu webových stránek



Nejlépe hodnocenými firmami v obsahu webových stránek byly VPAZ, PBM a STROJÍRNA LITVÍNOV. Tyto firmy získaly 71 % z celkového množství bodů. Firma MIVAŠ splnila kritéria na 57 %, celkově tak v hodnocení dopadla průměrně. Lépe než tato firma bylo hodnoceno šest firem, většinou pocházející z Moravskoslezského kraje.

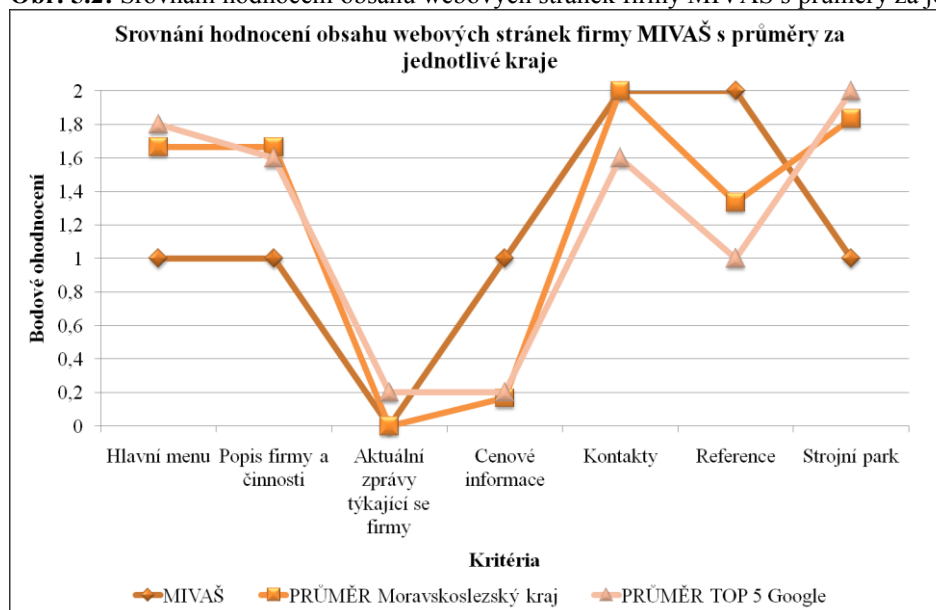
Z obrázku č. 5.2 je patrné, že firma MIVAŠ byla **nadprůměrně** hodnocena v parametrech **cenových informací a referencích**. Je to dáno tím, že jako jedna z mála firem měla na svých stránkách umístěn alespoň kontakt pro získání cenových informací. Doporučila bych jí ale, aby na své stránky umístila i ceník základních služeb. V oblasti referencí je důvodem nadprůměrného hodnocení to, že reference, které měla umístěny na své stránce, obsahovaly i funkční odkazy, které přesměrovaly na stránky referenční firmy.

**Podprůměrně** byla firma MIVAŠ hodnocena v kritériích **hlavního menu, popisu firmy a činnosti a strojního parku**. Důvodem podprůměrného hodnocení hlavního menu je, že firma MIVAŠ menu neměla barevně odlišeno, což je důležité pro uživatele, aby se na stránkách lépe orientovali. V popisu firmy a činnosti jí chyběly údaje o vzniku a vlastníkově firmy. Tyto informace jsou důležité pro potenciální klienty, proto by je měla na své stránky firma doplnit. V oblasti strojního parku firma MIVAŠ neměla jako jediná z testovaných stránek grafické vyobrazení strojů. Aby se vyrovnala svým konkurentům, měla by tyto fotografie na své stránky doplnit.

**Rozdílné hodnocení** se vyskytlo u dvou sledovaných parametrů, a to **aktuálních zpráv týkajících se společnosti a kontaktů**. Parametr aktuálních zpráv týkajících se společnosti byl ve srovnání s Moravskoslezským krajem hodnocen průměrně a ve srovnání s TOP 5 Google podprůměrně. Průměrné hodnocení je dáno tím, že firma MIVAŠ na svých stránkách nezveřejňovala aktuální informace, tak jako všechny firmy z MS kraje. A podprůměrné hodnocení je dáno tím, že jedna firma z TOP 5 Google na svých stránkách aktuální informace zveřejňovala. V případě, že by tyto informace firma MIVAŠ na svých stránkách doplnila, mohla by získat oproti svým konkurentům konkurenční výhodu.

Další **rozdíl v hodnocení** se vyskytl u parametru **kontakty**. Kontakty byly hodnoceny nadprůměrně ve srovnání s firmami z TOP 5 Google a průměrně ve srovnání s MS krajem. Dáno je to tím, že firma MIVAŠ, tak jako všechny firmy z MS kraje, měla na svých stránkách veškeré kontakty (telefon, adresa, e-mail, fax) a u několika firem z TOP 5 Google chyběl některý z požadovaných kontaktů, konkrétně to byl fax.

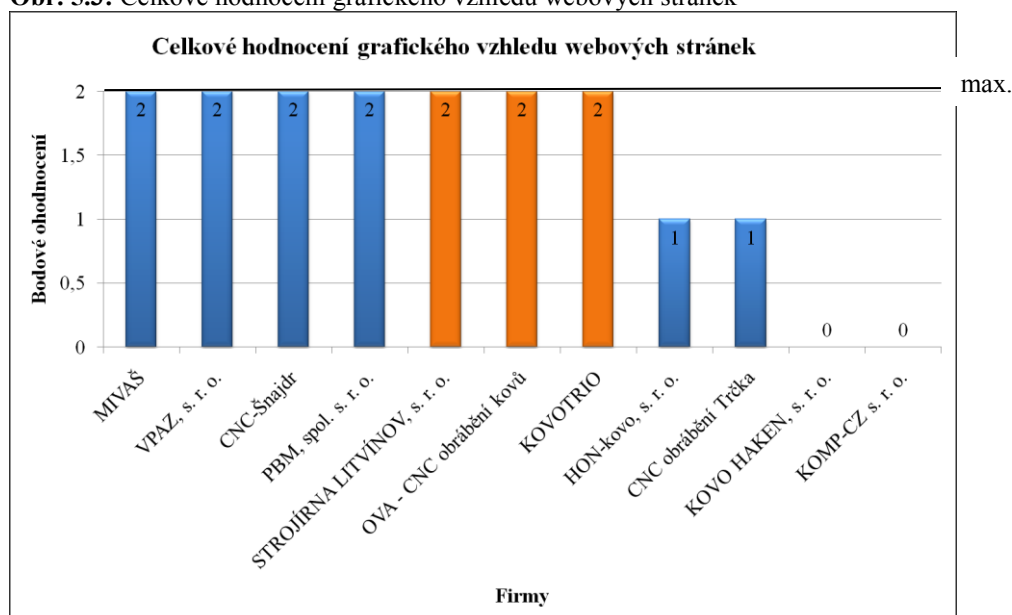
**Obr. 5.2:** Srovnání hodnocení obsahu webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje



## 5.2 Grafický vzhled webových stránek

V oblasti grafického vzhledu webových stránek se zaměřuji především na kontrast. Pokud totiž barvy nesplňují kontrast, může nastat situace, že text na stránce nebude čitelný. Hodnotila jsem zde jak kontrast písma menu s jeho pozadím, tak kontrast barvy textu na stránce s jejím pozadím. Obě kritéria byla hodnocena v rozmezí 0 - 1 bod. Následující obrázek č. 5.1 ukazuje celkové hodnocení jednotlivých firem, kdy maximální možný počet dosažených bodů byl 2.

**Obr. 5.3:** Celkové hodnocení grafického vzhledu webových stránek

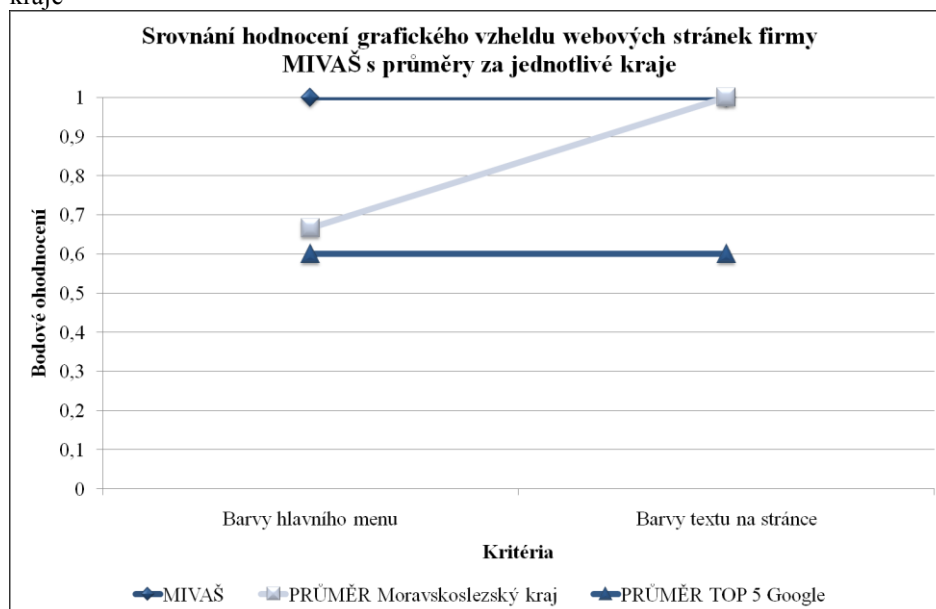


Shodně jako firma MIVAŠ byly hodnoceny firmy VPAZ, CNC-Šnajdr, PBM, STROJÍRNA LITVÍNOV, OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO. Tyto firmy splnily



kritéria kontrastu v obou sledovaných oblastech. Nejhorší byly hodnoceny firmy KOVO HAKEN a KOMP-CZ, které nesplnily ani jedno z těchto kritérií. Výsledky stěžejní pro hodnocení grafického vzhledu webových stránek jsou součástí přílohy č. 6.

**Obr. 5.4:** Srovnání hodnocení grafického vzhledu webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje



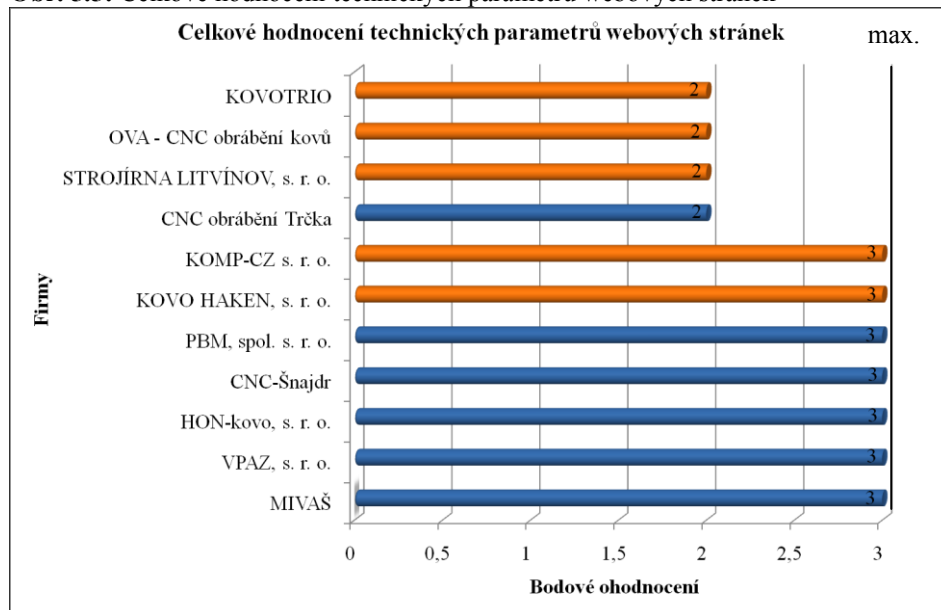
Z obrázku č. 5.4 je patrné, že firma MIVAŠ byla **nadprůměrně hodnocena** v testovaném parametru **barvy hlavního menu**. Důvodem je, že splnila požadavek kontrastních barev.

Ve druhé oblasti testování **barvy textu na stránce** dosáhla ve srovnání s Moravskoslezským krajem průměrného hodnocení a ve srovnání s TOP 5 Google nadprůměrného hodnocení. Nadprůměrné hodnocení lze vysvětlit tím, že u dvou firem z TOP 5 Google nebylo splněno ani jedno z kritérií. Průměrné hodnocení je důsledkem toho, že všechny firmy v MS splnily parametr kontrastního textu na stránce.

### 5.3 Technické parametry webových stránek

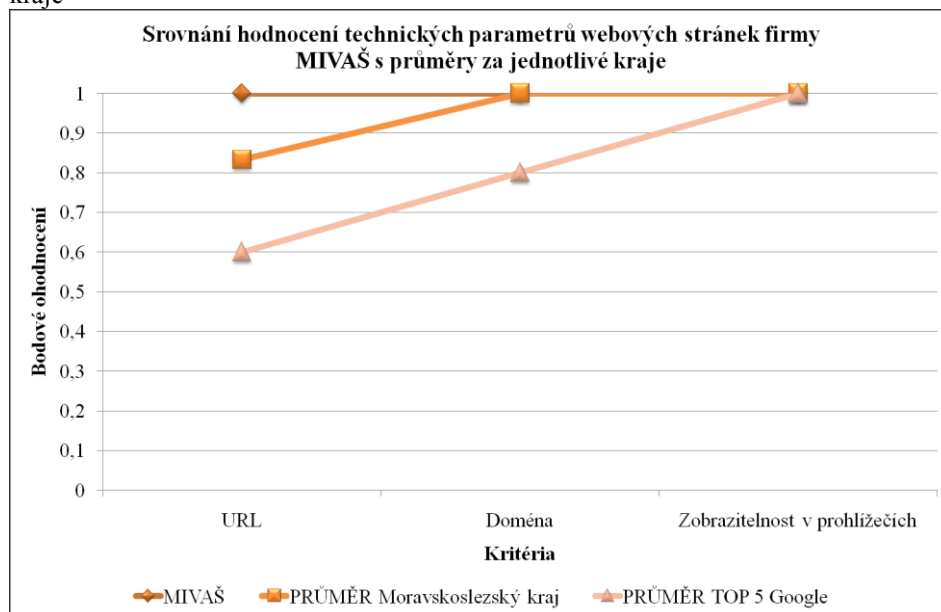
Technické parametry webových stránek jsou důležité především pro snadné nalezení internetových stránek a bezchybné zobrazení v prohlížeči. Hodnotila jsem zde parametry URL stránky, doménu a zobrazitelnost v prohlížečích. Všechny parametry byly hodnoceny v rozmezí 0 – 1 bod. Na následujícím obrázku č. 5.5 je uvedeno celkové hodnocení jednotlivých firem, kdy maximální počet dosažených bodů mohl být 3.

**Obr. 5.5:** Celkové hodnocení technických parametrů webových stránek



Shodného hodnocení jako firma MIVAŠ dosáhly firmy VPAZ, HON-kovo, CNC-Šnajdr, PBM, KOVO HAKEN a KOMP-CZ a splnily tak hodnocené parametry na 100 %. Lepšího hodnocení zde dosahuje Moravskoslezský kraj. Zbývající firmy nesplnily jedno z kritérií, ve většině případů to bylo URL stránky, které buď neobsahovalo celý název firmy, zahrnovalo pouze jméno majitele, nebo ho tvořila zkratka názvu firmy.

**Obr. 5.6:** Srovnání hodnocení technických parametrů webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje



Z obrázku č. 5.6 je patrné, že firma MIVAŠ byla hodnocena **nadprůměrně** v URL stránky, důvodem je, že splnila kritérium na jeho formát ve tvaru `www.organizace.země`.

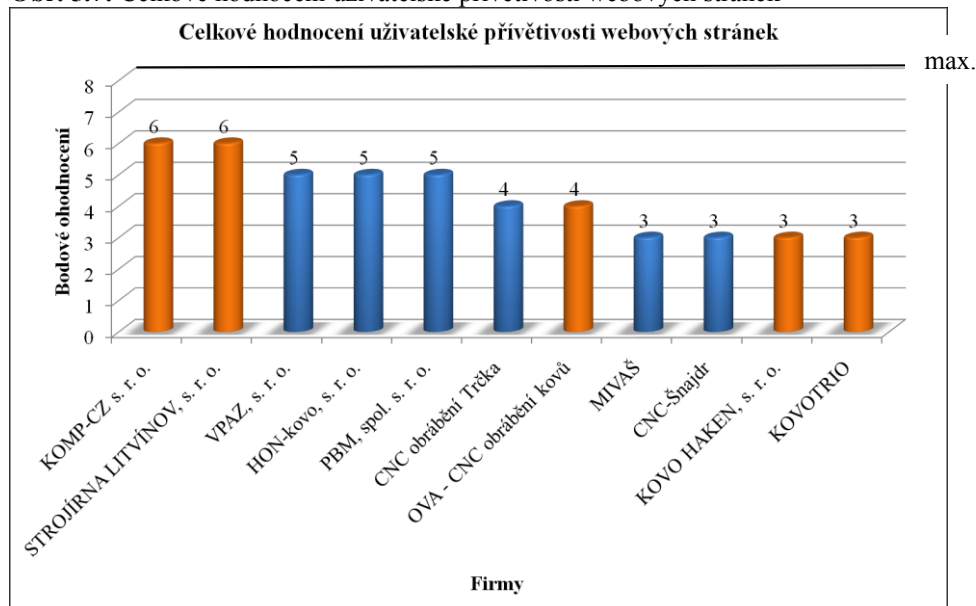
**Rozdílné hodnocení** se vyskytlo u kritéria **doména**, kdy firma MIVAŠ byla hodnocena nadprůměrně ve srovnání s firmami z TOP 5 Google a průměrně ve srovnání s MS krajem. Nadprůměrné hodnocení je dáno tím, že firma MIVAŠ splnila parametr domény, kterou má ve tvaru .cz a u firem z TOP 5 Google se vyskytla firma, které měla doménu .eu a nesplnila tak hodnocený parametr. Průměrné hodnocení je důsledkem toho, že v MS kraji splnily toto kritérium všechny firmy.

**Průměrného hodnocení** dosáhla firma MIVAŠ v kritériu **zobrazitelnosti v prohlížečích**, je to dáno tím, že se v testování **nevyskytly stránky**, které by nebylo možné zobrazit v jednom z testovaných prohlížečů (Mozilla Firefox a Internetu Explorer), nebo by se v nich při jejich zobrazení vyskytly chyby.

#### 5.4 Uživatelská přívětivost

Uživatelská přívětivost, jak už název napovídá, je důležitá pro snadnou orientaci uživatele na webu. V jednotlivých kritériích uživatelské přívětivosti (vyhledávání, registrace pro prohlížení obsahu webových stránek, cizí jazyk a navigace) mohly firmy dosáhnout 0 – 2 bodů. Na následujícím obrázku č. 5.7 je uvedeno celkové hodnocení jednotlivých firem, maximální počet dosažených bodů mohl být 8.

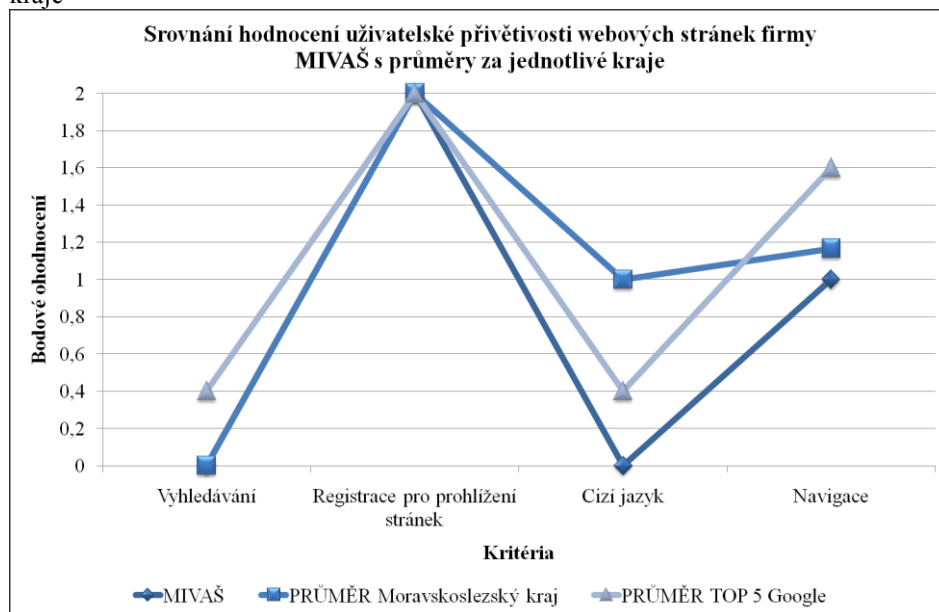
**Obr. 5.7:** Celkové hodnocení uživatelské přívětivosti webových stránek



Nejlépe hodnocenými firmami v uživatelské přívětivosti stránek byly KOMP-CZ a STROJÍRNA LITVÍNOV. Tyto firmy získaly 75 % z celkového množství bodů. Firma MIVAŠ splnila kritéria na 38 %, a zařadila se tak mezi nejhůře hodnocené firmy. Lépe než

ona bylo hodnoceno sedm firem z jedenácti testovaných a původem byly především z Moravskoslezského kraje.

**Obr. 5.8:** Srovnání hodnocení uživatelské přívětivosti webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje



Na obrázku č. 5.8 je zřejmé, že firma MIVAŠ nebyla nadprůměrně hodnocena v žádném z kritérií. **Podprůměrného hodnocení** dosáhla v oblasti **cizího jazyku a navigace**. Dáno je to tím, že na svých stránkách nenabízela možnost volby cizího jazyku. Doporučovala bych jí dodat alespoň německou jazykovou verzi, z důvodu obchodování s německým trhem. Co se týče navigace, bylo na jejích stránkách zřejmé, kde se uživatel právě nachází, ale chybělo grafické zdůraznění položky v hlavní nabídce. Přehledná navigace je důležitá pro orientaci návštěvníků stránky, proto by bylo vhodné, kdyby firma MIVAŠ doplnila své menu o toto grafické zvýraznění.

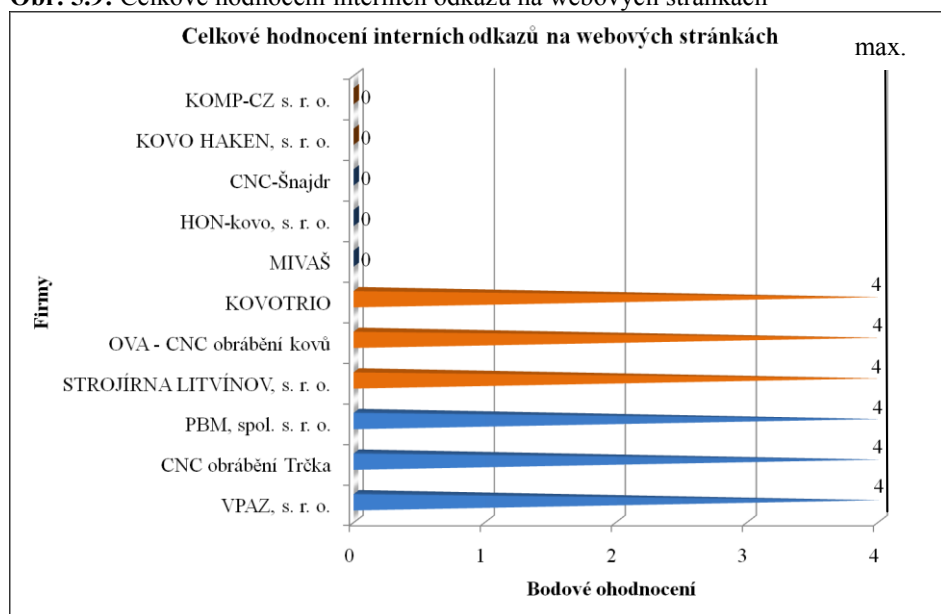
**Průměrného hodnocení** dosáhla v parametru **registrace pro prohlížení stránek**, důvodem je, že na žádné z testovaných stránek nebyla nutná registrace pro prohlížení jejího obsahu.

**Rozdíly** se vyskytly mezi jednotlivými průměry v oblasti **vyhledávání**. Ve srovnání s MS krajem byla firma MIVAŠ hodnocena průměrně a ve srovnání s firmami z TOP 5 Google podprůměrně. Dáno je to tím, že u žádné z firem v MS kraji nebyla funkce vyhledávání k dispozici, ale jedna firma z TOP 5 Google tuto možnost nabízela. Na webu uživatelé často hledají konkrétní informace a k jejich získání jim může dopomoci právě funkce vyhledávání, firma MIVAŠ by ji tak měla na svých stránkách doplnit.

## 5.5 Interní odkazy na webových stránkách

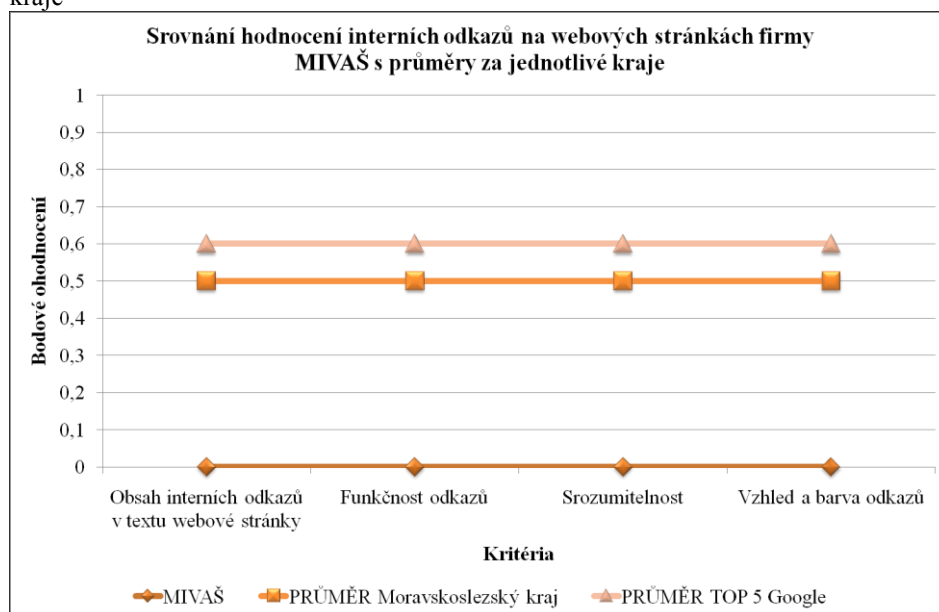
Interní odkazy na webové stránky jsou důležité pro návštěvníka stránky proto, že mu usnadňují přecházení mezi jednotlivými částmi webu. Hodnotila jsem zde čtyři parametry, jednalo se o obsah interních odkazů v textu webové stránky, jejich funkčnost, srozumitelnost, vzhled a barvu. Všechny parametry byly hodnoceny v rozmezí od 0 – 1 bod. Následující obrázek č. 5.9 ukazuje celkové hodnocení jednotlivých firem, maximální možný počet dosažených bodů byl 4.

**Obr. 5.9:** Celkové hodnocení interních odkazů na webových stránkách



Lepšího hodnocení než firma MIVAŠ dosáhly firmy VPAZ, CNC obrábění Trčka, PBM, STROJÍRNA LITVÍNOV, OVA – CNC obrábění kovů a KOVOTRIO. Tyto firmy splnily parametry interních odkazů na 100 %. Zbývající firmy, včetně MIVAŠE, interní odkazy na svých stránkách neměly umístěny.

**Obr. 5.10:** Srovnání hodnocení interních odkazů na webových stránkách firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje

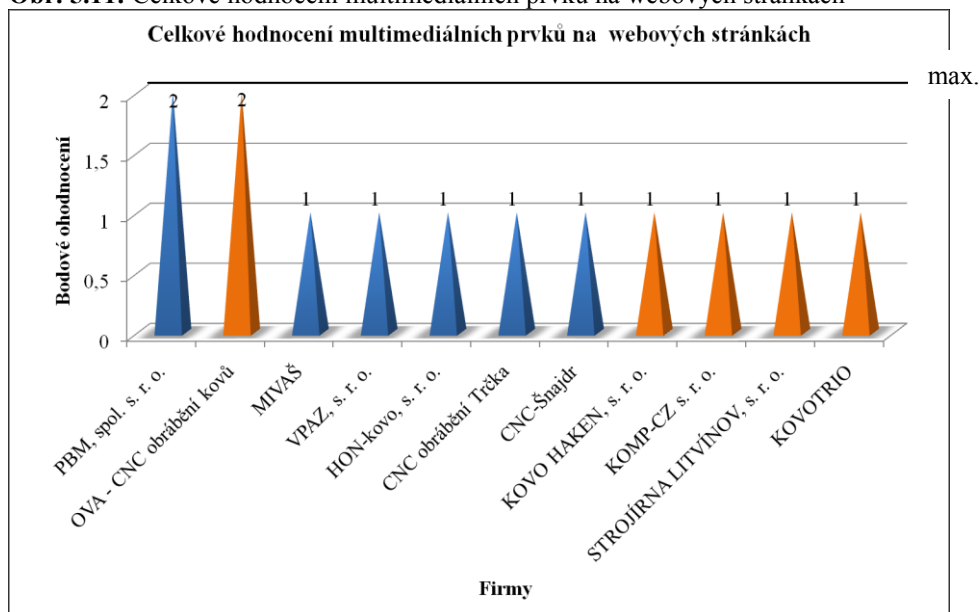


Z grafu č. 5.10 je patrné, že firma MIVAŠ byla hodnocena **podprůměrně ve všech kritériích**, ať už se jednalo o obsah interních odkazů v textu webové stránky, jejich funkčnost, srozumitelnost či vzhled a barvu odkazů. Dáno je to tím, že firma MIVAŠ na svých stránkách nemá tyto odkazy umístěny. Doporučovala bych jí, aby je na své stránky umístila, protože usnadňují návštěvníkovi přecházení mezi různými částmi webu.

## 5.6 Multimediální prvky

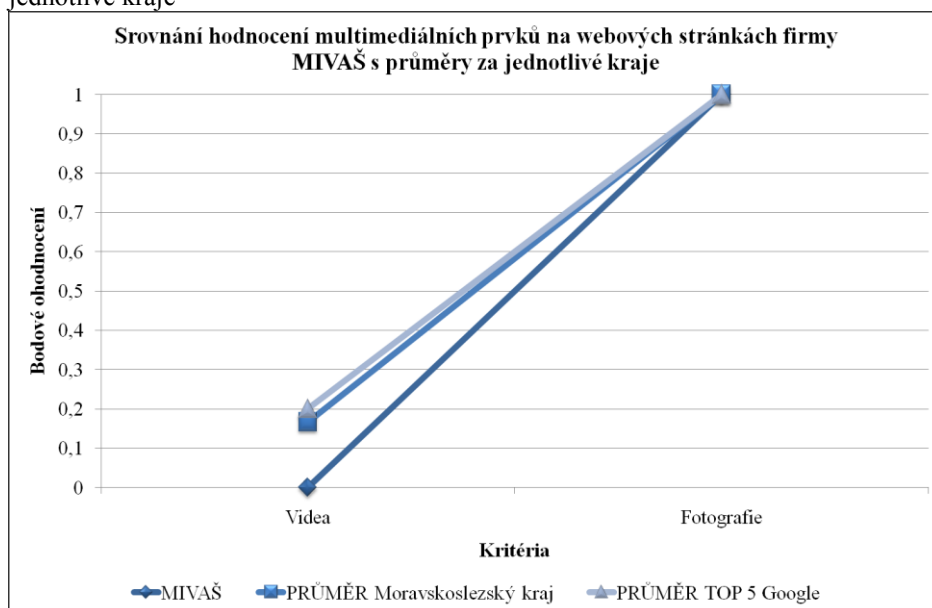
Multimediální prvky jsou důležité pro představu potenciálního zákazníka o výrobních možnostech firmy. Hodnotila jsem zde dvě kritéria, a to videa a fotografie. V obou případech mohly firmy dosáhnout hodnocení 0 – 1 bod. Na následujícím obrázku č. 5.11 je ukázka celkového hodnocení jednotlivých firem, maximální možný počet dosažených bodů byl 2.

**Obr. 5.11:** Celkové hodnocení multimediálních prvků na webových stránkách



Nejlépe hodnoceny byly firmy PBM a OVA – CNC obrábění kovů, které splnily parametry hodnocení multimediálních prvků na 100 %. Firma MIVAŠ tak jako zbývající firmy splnila kritéria na 50 %.

**Obr. 5.12:** Srovnání hodnocení multimediálních prvků na webových stránkách firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje



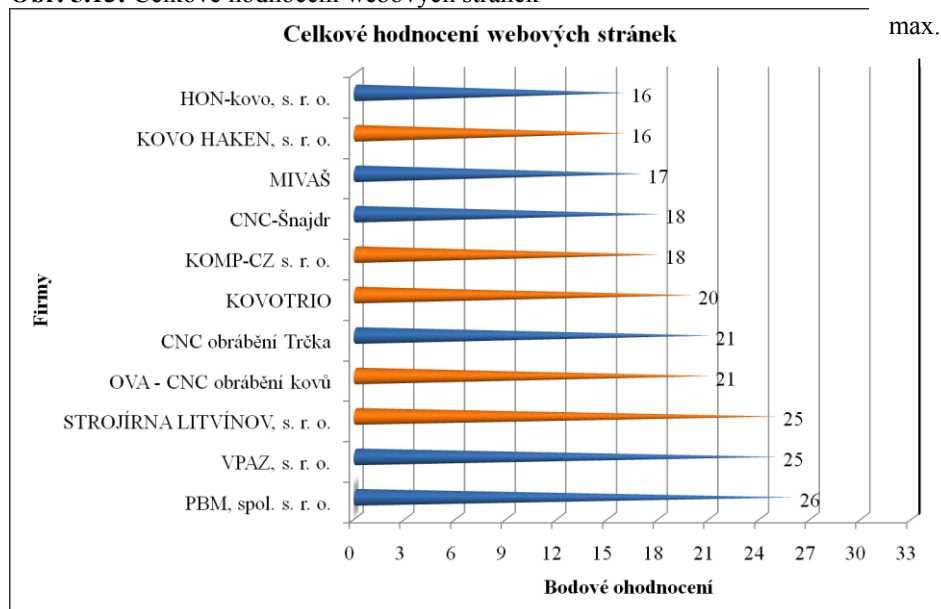
Z obrázku č. 5.12 je patrné, že firma MIVAŠ byla hodnocena **průměrně** v kritériu **fotografie**. Důvodem bylo, že všechny testované firmy na svých stránkách obsahovaly fotografie. Firmě MIVAŠ bych pouze doporučila dodat fotografie strojního vybavení, které zde chybí.

**Podprůměrně** byla firma MIVAŠ hodnocena v kritériu **video**. Je to dáno tím, že na svých stránkách žádné video umístěno neměla. Navrhovala bych jí dodat video s ukázkou výroby na svých obráběcích centrech.

### 5.7 Analýza souhrnných výsledků

Jak je vidět z následujícího grafu, maximálního hodnocení 33 bodů nedosáhla žádná firma. **Nejlepší hodnocení** má firma **PBM z Moravskoslezského kraje**, která dosáhla 26 bodů a ve srovnání s maximem ztratila pouze 7 bodů. V procentuálním hodnocení to znamená splnění kritérií na 79 %. **Nejhůře** dopadly firmy **HON-kovo** a **KOVOHAKEN**, které dosáhly 16 bodů, a splnily tak kritéria na 48 %. Za nimi následovala firma **MIVAŠ** se 17 body a splněním kritérií na 52 %. Toto umístění není pro firmu MIVAŠ příliš pozitivní, měla by se tedy více věnovat správě a aktualizaci svých stránek, aby se vyrovnala své konkurenci.

**Obr. 5.13:** Celkové hodnocení webových stránek









### 5.8 Analýza síly webových stránek

Jednotlivé firmy jsem otestovala pomocí nástrojů zveřejněných na stránkách [www.seo-servis.cz](http://www.seo-servis.cz) a následně jsem zvolila kritéria, která považuji za nejdůležitější. Podrobnější hodnocení je součástí přílohy č. 7 a 8.

**Titulek** měly správně vyplněny **všechny** testované firmy (viz obrázky 5.14 a 5.15). Firma MIVAŠ měla titulek ve tvaru MIVAŠ – kovoobrábění. Problém se objevil pouze u firmy STROJÍRNA LITVÍNOV (viz obrázek 5.16), která měla titulek příliš dlouhý.







**Obr. 5.14:** Ukázka správně vyplněných titulků firem z Moravskoslezského kraje

► [MIVAŠ - kovoobrábění](#)   
► [VPAZ s.r.o.](#)   
[HONKOVO - s.r.o.](#)   
[cnc-obrabeni.com](#) -::Velmi přesné obrábění::-   
[CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová ...](#)   
► [PBM, Spol. s.r.o.](#) 


Zdroj: [31]

**Obr. 5.15:** Ukázka správně vyplněných titulků firem z TOP 5 Google

[CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN](#)   
[Obrábění kovů a CNC obrábění, kovoobrábění, zámečnictví | KOMP-CZ](#)   
[OVA - CNC obrábění kovů](#)   
[Úvod | KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů](#) 





Zdroj: [31]

**Obr. 5.16:** Ukázka chybně vyplněného titulku

[STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž ...](#)   
Zdroj: [31]

**Popisek stránky** měly správně vyplněny firmy HON-kovo, CNC obrábění Trčka, CNC-Šnajdr, PBM, KOMP-CZ, STROJÍRNA LITVÍNOV a KOVOTRIO (viz obrázky č. 5.17 a 5.18). Firma MIVAŠ toto kritérium nesplnila, protože popisek stránky neměla vyplněn, a existuje tak u ní riziko, že vyhledávače její stránky nezahrnou do výsledků vyhledávání.

**Obr. 5.17:** Ukázka správně vyplněných popisků stránek firem z Moravskoslezského kraje

[HONKOVO - s.r.o.](#)   
Kancelářský nábytek HON - Vaše alter ego.  
[www.hon-kovo.cz/](#) - Archiv - Podobné  
[cnc-obrabeni.com](#) -::Velmi přesné obrábění::-   
Jsme firmou, která se zabývá CNC obráběním kovů, plastů... na velmi přesných CNC soustruzích a obráběcích centrech.  
[www.cnc-obrabeni.com/](#) - Archiv - Podobné  
[CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová ...](#)   
CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu!  
[www.cnc-snajdr.com/](#) - Archiv - Podobné  
► [PBM, Spol. s.r.o.](#)   
Zakázková výroba obráběných dílů do průměru 32 mm na CNC dlouhotočných automatech a vačkových automatech.  
[www.pbm.cz/](#) - Archiv

Zdroj: [31]

**Obr. 5.18:** Ukázka správně vyplněných popisků stránek firem z TOP 5 Google

**Obrábění kovů a CNC obrábění, kovoobrábění, zámečnictví | KOMP-CZ**   
Obrábění kovů na zakázku - CNC obrábění, zámečnictví, soustružení, frézování . Dle vašeho zadání.  
[www.komp-cz.cz/](http://www.komp-cz.cz/) - Archiv - Podobné

**STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž ...**   
STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely.  
[www.strl.cz/](http://www.strl.cz/) - Archiv - Podobné

**Úvod | KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů**   
19. červenec 2009 ... KOVOTRIO nabízí třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, kovoobrábění.  
[www.kovotrio.eu/](http://www.kovotrio.eu/) - Archiv

Zdroj: [31]


**Obr. 5.19:** Ukázka chybně vyplněných popisků (popřípadě vůbec nevyplněných) firem z Moravskoslezského kraje


► **MIVAŠ - kovoobrábění**   
[www.mivas.cz/](http://www.mivas.cz/) - Archiv


► **VPAZ s.r.o.**   
NAVRCHOLU.cz.  
[www.vpaz.cz/](http://www.vpaz.cz/) - Archiv - Podobné

Zdroj: [31]

**Obr. 5.20:** Ukázka chybně vyplněných popisků (popřípadě vůbec nevyplněných) firem z TOP 5 Google

**CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN**   
CNC obrábění, Kovo obrábění. Jsme moderně vybavená rodinná firma která vznikla v roce 2004 pretransformováním firmy PETR HAKEN KOVO.  
[www.kovohaken.cz/](http://www.kovohaken.cz/) - Archiv - Podobné

**Vyhledávání výrazu obrabeni - Firmy.cz**   
Obrábění na CNC strojích, broušení klikových hřídelí, výbrus válců. Nabízíme montáž stavebních strojů. [www.ospoltech.cz](http://www.ospoltech.cz) - **Ostrava-Moravská Ostrava, ...**  
[www.firmy.cz/reg/ostrava-mesto/phr/obrabeni](http://www.firmy.cz/reg/ostrava-mesto/phr/obrabeni) - Archiv

**OVA - CNC obrábění kovů**   
Naše firma se zabývá CNC obráběním kovů, převážně sériové obrábění výkovků  
Díky dobrému vybavení nejmodernějšími vysokorychlostními nástroji ...  
[www.vanhara.cz/](http://www.vanhara.cz/) - Archiv - Podobné

**OVA Oldřich Vanhara**  
CNC obrábění kovů  
Domovská stránka:  
Naše firma se zabývá CNC obráběním kovů, převážně sériové obrábění výkovků a ... Můžeme nabídnout volné kapacity na CNC obráběcích centrech 1x HEDELJUS MC40 ...

Zdroj: [31]

**Klíčová slova** měly správně vyplněny firmy HON-kovo, CNC – Šnajdr a KOVO HAKEN. Nejčastěji se jednalo o klíčová slova **svařování, obrábění, kovo, kovovýroba, cnc, kovoobrábění, CNC obrábění a obrábění kovů**. Firma MIVAŠ neměla na svých stránkách klíčová slova vyplněna, doporučovala bych jí tedy vybrat si z nejčastěji se vyskytujících klíčových slov u konkurenčních firem.

**Validní internetové stránky** měla pouze firma OVA – CNC obrábění kovů. U zbývajících stránek se vyskytly chyby. Jedná se i o firmu MIVAŠ, chyby na její stránce by mohly způsobovat problémy s jejím zobrazením, a měly by se proto opravit. **Všechny stránky měly optimální velikost zdrojového kódu**, a neměly by se tak vyskytnout problémy při jejich stahování.

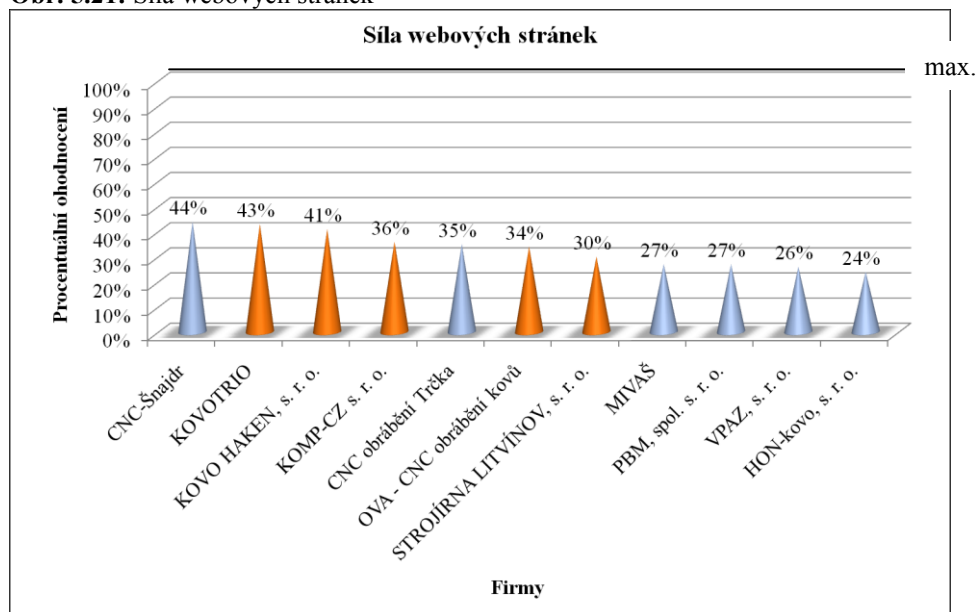
**Nadpisy** měly na svých stránkách umístěny firmy PBM, KOVO HAKEN a KOVOTRIO. Firma MIVAŠ nemá na svých stránkách žádné nadpisy, které jsou důležité pro klíčová slova. Měla by je tedy na svých stránkách doplnit.

**Text stránky** kvalitně strukturované do odstavců mají firmy CNC obrábění Trčka, KOVO HAKEN, KOMP-CZ, STROJÍRNA LITVÍNOV a KOVOTRIO. Firma MIVAŠ na svých stránkách nemá umístěny žádné odstavce, které jsou důležité pro zpřehlednění obsahu stránky a zpříjemňují práci a orientaci uživatele.

**Alternativní popis netextových prvků** mají na svých stránkách firmy CNC obrábění Trčka, CNC-Šnajdr, PBM, KOVO HAKEN, KOMP-CZ, OVA – CNC obrábění kovů a STROJÍRNA LITVÍNOV. Firma MIVAŠ nemá na webu umístěn alternativní popis obrázků, mohou tak nastat problémy s jejich zobrazením v různých zařízeních a prohlížečích.

**Celkové hodnocení síly webové stránky** je uvedeno na následujícím grafu.

**Obr. 5.21:** Síla webových stránek



Žádná z firem nedosáhla u testování síly webové stránky hodnocení 100 %. **Nejlepšího výsledku** dosáhla firma z Moravskoslezského kraje **CNC-Šnajdr** (44 %). Firma **MIVAŠ** dosáhla 27 %, což je ztráta na nejlépe hodnocenou firmu 17 %. Pokud odstraní chyby, které se na její stránce vyskytují, může zlepšit svou vlastní dohledatelnost a předstihnout konkurenční firmy. **Nejhůře** dopadla firma **HON-kovo**, která dosáhla pouze 17 %, celková ztráta tak byla ve výši 83 %. Celkově jsou hodnoceny lépe firmy z TOP 5 Google než z Moravskoslezského kraje.

## 5.9 Vyhodnocení hypotéz

K vyhodnocení hypotéz jsem si sestavila následující tabulku č. 5.1, která přehledně ukazuje rozdíly v průměrném hodnocení za jednotlivá kritéria a jednotlivé firmy.

**Tab. 5.1:** Průměrné hodnocení jednotlivých oblastí

	Obsah webové stránky	Grafický vzhled webové stránky	Technické parametry webové stránky	Uživatelská přívětivost	Interní odkazy na webové stránce	Multimediální prvky
<b>MIVAŠ</b>	1,14	1,00	1,00	0,75	0,00	0,50
<b>VPAZ, s. r. o.</b>	1,43	1,00	1,00	1,25	1,00	0,50
<b>HON-kovo, s. r. o.</b>	0,86	0,50	1,00	1,25	0,00	0,50
<b>CNC obrábění Trčka</b>	1,29	0,50	0,67	1,00	1,00	0,50
<b>CNC-Šnajdr</b>	1,29	1,00	1,00	0,75	0,00	0,50
<b>PBM, spol. s. r. o.</b>	1,43	1,00	1,00	1,25	1,00	1,00
<b>KOVO HAKEN, s. r. o.</b>	1,29	0,00	1,00	0,75	0,00	0,50
<b>KOMP-CZ s. r. o.</b>	1,14	0,00	1,00	1,50	0,00	0,50
<b>STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.</b>	1,43	1,00	0,67	1,50	1,00	0,50
<b>OVA - CNC obrábění kovů</b>	1,00	1,00	0,67	1,00	1,00	1,00
<b>KOVOTRIO</b>	1,14	1,00	0,67	0,75	1,00	0,50
<b>PRŮMĚR</b>	<b>1,22</b>	<b>0,73</b>	<b>0,88</b>	<b>1,07</b>	<b>0,55</b>	<b>0,59</b>

✓ **Hypotéza 1:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska obsahu webové stránky podprůměrné.

Hypotéza č. 1 se potvrdila. Obsah stránek firmy MIVAŠ je ve srovnání s průměrem za všechny firmy hodnocen podprůměrně. Důvodem je především to, že firma nemá na svých stránkách barevně odlišené menu, neobsahuje kompletní popis firmy a činnosti a nezveřejňuje aktuální informace. Nejsou zde umístěny ani cenové informace, i když firma jako jedna z mála nabízí alespoň kontakt pro jejich získání. V případě strojního parku zde nemá grafické vyobrazení svých strojů.

✓ **Hypotéza 2:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska technických parametrů webové stránky nadprůměrné.

Hypotéza č. 2 se potvrdila. Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska technických parametrů webové stránky nadprůměrné. Firma má umístěny své stránky na doméně [www.mivas.cz](http://www.mivas.cz), takže je zde patrné, odkud firma pochází a splňuje také parametr na tvar názvů webové stránky ve formátu [www.organizace.země](http://www.organizace.země). Rovněž lze stránky firmy zobrazit bez chyb ve dvou nejčastěji používaných prohlížečích (Mozilla Firefox a Internet Explorer).

✗ **Hypotéza 3:** Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska uživatelské přívětivosti nadprůměrné.

Hypotéza č. 3 se nepotvrdila. Webové stránky firmy MIVAŠ jsou z hlediska uživatelské přívětivosti hodnoceny podprůměrně. V těchto parametrech splnila pouze to, že návštěvník její stránky se pro prohlížení obsahu nemusí na stránkách registrovat. Zbývající kritéria, ať už se jednalo o funkci vyhledávání, barevné odlišení položky hlavní nabídky nebo cizojazyčnou verzi nebyly splněny.

✗ **Hypotéza 4:** Síla webových stránek firmy MIVAŠ je alespoň 50 %.

Hypotéza č. 4 se nepotvrdila. Síla webových stránek firmy MIVAŠ byla pouze 27 %. Bylo by tak vhodné požádat o radu odborníka, který by jim pomohl odstranit chyby, které se při testu vyskytly, aby se zlepšila kvalita jejich stránek.

## 6 Návrhy a doporučení































Tato kapitola navazuje na výsledky analýzy internetových stránek. Vyplývají z ní určité návrhy a doporučení. Jejich cílem by mělo být, aby se uživatelé, kteří přicházejí na stránky firmy MIVAŠ, zde opakovaně a rádi vraceli a získali veškeré informace, které by mohli hledat.

### Doporučení k obsahu webové stránky

Pro zlepšení hodnocení obsahu internetových stránek bych firmě MIVAŠ doporučovala **barevně odlišit hlavní menu**, protože splývá s pozadím stránky. Navrhovala bych vybrat jednu barvu z barevných schémat, které jsou zobrazeny na obrázku č. 6.1, protože celý web je laděn do modrých barev. Po vybrání barvy je nutné provést otestování, zda barva splňuje kontrast, aby nedocházelo k problémům při čtení.

Obr. 6.1: Barevné schéma

#### Blue Sky

 Royal Blue #4060c0	 Blue #0020c0	 Royal Blue #4060e0	 Gray #202040	 Dodger Blue #0040c0
 Slate Blue #4040a0	 Dodger Blue #2060c0	 Cornflower Blue #6080f0	 Light Steel Blue #c0c0e0	 Dodger Blue #2060e0
 Steel Blue #4060a0	 Dodger Blue #0040c0	 Cornflower Blue #80a0f0	 Sky Blue #80a0e0	 Royal Blue #4080e0
 Azure #e0f0f0	 Dodger Blue #0060c0	 Medium Purple #6060a0	 Steel Blue #4060a0	 Azure #e0f0f0
 Gray #e0e0f0	 Dodger Blue #2080c0	 Slate Blue #4040a0	 Light Steel Blue #a0c0e0	 Light Blue #c0e0f0
 Gray #f0f0f0	 Light Blue #c0e0f0	 Slate Blue #404080	 Royal Blue #204080	 Dodger Blue #0040e0

Zdroj: [41]

Do **popisu firmy a činnosti** bych doplnila všechny důležité informace (chybí zde informace o vzniku a vlastník).

Přínosem by bylo i **zveřejňování aktuálních informací o firmě**. Tím by mohla společnost MIVAŠ získat konkurenční výhodu, protože z testovaných firem je měla na svých stránkách umístěny pouze jedna firma. Mělo by se jednat například o informace týkající se hlavní činnosti, nebo změn ve firmě.

Co se týče cenových informací, jako jedna z mála firem nabízela alespoň kontakt pro jejich získání, vhodné by bylo doplnit tento odkaz i **základním ceníkem služeb**, popřípadě přímo doplnit **formulář pro informace o cenové nabídce**.

V oblasti referencí nebyl žádný zásadní problém, pouze bych zde dodala **popis konkrétního výrobku**, který pro firmu vyráběla (dostačující by byla i jen jeho fotografie).

V případě záložky Strojní vybavení bych pro lepší orientaci potenciálních zákazníků umístila kromě popisu parametrů strojů i jejich **grafické vyobrazení**.

Navrhovala bych také na stránky umístit **formulář**, který by umožňoval získat bližší informace o oblasti, která by návštěvníka zajímala, i s možností sjednání osobní schůzky. Měl by zahrnovat **volbu oblasti** (prostřednictvím formulářových prvků), o kterou by měl zákazník zájem, s možností bližšího popisu. Další položkou by bylo **místo osobního setkání** (kontaktní adresa, v sídle firmy, nebo v místě realizace zakázky). Na ni by navazoval **návrh termínu** (schůzky, zhotovení nabídky či realizace nabídky). Rovněž by zde měla být **možnost připojit soubor** (například výkres). Poslední částí by měly být kolonky na vyplnění **kontaktních údajů** (jméno, příjmení, firma, ulice a číslo popisné, město, telefon a e-mail).

#### **Doporučení ke grafickému vzhledu webové stránky**

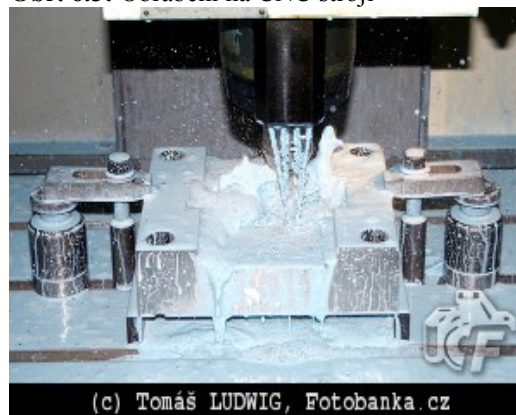
V této oblasti nemám zásadní připomínky. Firma **splnila požadavky kontrastu**, jak hlavního menu, tak textu na stránce. Pouze bych **změnila obrázek** uprostřed pozadí stránky (kapka vody) na tematicky související s předmětem podnikání (obráběcí centrum, výrobek, či foto provozovny), který by firma **dodala s vlastních zdrojů**. Nebo je možnost **využít služeb Fotobanky**. Na stránkách Fotobanky mě zaujaly dva obrázky, které by bylo vhodné použít (viz obrázky č. 6.2 a 6.3). Cena prvního obrázku je při využití trvalé nevýhradní licence 1 200 Kč (formát A5 až A4). U druhého obrázku je možnost výběru mezi trvalou nevýhradní licencí (1 500 Kč) a výhradní licencí (1 700 Kč), obě ve formátu A5 až A4.

**Obr. 6.2:** Obrábění



Zdroj: [30]

**Obr. 6.3:** Obrábění na CNC stroji



Zdroj: [30]



### Doporučení k technickým parametrům webové stránky

Všechna kritéria technických parametrů (URL, doména a zobrazitelnost v prohlížečích) webová stránka firmy MIVAŠ **splnila**. Doporučovala bych jí pouze uvažovat nad **vytvořením stránek na doméně .de**, důvodem je obchodování s německy hovořícími klienty. Cena za vytvoření stránek s touto doménou se pohybuje kolem 500 Kč.

### Doporučení k uživatelské přívětivosti webové stránky


V této oblasti bych doplnila funkci **vyhledávání**, která by návštěvníkům stránky usnadnila orientaci a urychlila nalezení konkrétních informací.

V případě, že by firma zamítla návrh na vytvoření stránek na doméně .de., upravila bych stránky alespoň pro **cizojazyčnou verzi**, která zde schází. Z důvodu obchodování s Německem bych doplnila především německou jazykovou verzi.

V případě navigace bych **graficky zdůraznila položku v hlavní nabídce**, aby bylo patrnější, kde se uživatel právě nachází. Nebo se zde nabízí možnost použít na webové stránce **drobečkovou navigaci** (ukazuje aktuální pozici v hierarchii webové stránky). Umístila bych ji nad textem stránky a barevně odlišila (viz obrázek č. 6.4). V případě strojního vybavení by měla například tvar *Strojní vybavení > Vertikální obráběcí centrum MCFV 1260*.

**Obr. 6.4:** Návrh rozložení webové stránky firmy MIVAŠ

Vyhledat text:



Úvod	Aktuální informace	Strojní vybavení	Reference	Fotogalerie	Cenová nabídka	Poptávkový formulář	Kontakty
------	--------------------	------------------	-----------	-------------	----------------	---------------------	----------

Zde se nacházíte: *Strojní vybavení > Vertikální obráběcí centrum MCFV 1260*

### Doporučení k interním odkazům na webové stránce

Interní odkazy na webové stránce firmy MIVAŠ nebyly k dispozici. Jejich zavedení by opět usnadnilo práci uživatelů. Navrhovala bych například do textu Úvodu doplnit odkaz na sekci Kontakty, popřípadě rovnou na e-mail.



### Doporučení k multimediálním prvkům

U multimediálních prvků zde chybí **fotografie strojního vybavení**. Mohla by se doplnit i **fotografie provozovny**. Pro lepší představu bych zde umístila i **videa s ukázkou činnosti** na jednotlivých strojích, které firma vlastní. Ty by především sloužily potenciálním zákazníkům, kteří by získali představu o tom, jak je firma v dané oblasti zručná. Aby **nedocházelo k možné špionáži** od konkurence, doporučovala bych video sestříhat a zahrnout zde ukázkou výroby více výrobků najednou.

### Doporučení k síle webové stránky

Zde bude mít firma ještě mnoho práce. Je nutné doplnit **popisek stránky**, protože je důležitý pro vyhledávače, které ho při vyhledávání používají. Navrhovala bych „**MIVAŠ – kvalitní služby v oblasti obrábění oceli, zušlechtěných materiálů, barevných kovů, hliníku, plastů, dřeva, nerez a těžce obrobitelných materiálů**“.

Pro **klíčová slova** bych doporučila vybrat si z těch, které se vyskytovaly ve statistikách vyhledávání nejčastěji (viz příloha č. 10). Jedná se o slova **obrábění, kovo, kovovýroba a cnc**.

Důležité je také **opravit chyby na internetové stránce** (viz příloha č. 9), které mohou způsobovat problémy s jejím zobrazením.

Na stránce nemá firma umístěny **žádné nadpisy**, které jsou důležité pro klíčová slova, hlavní nadpis h1 na úvodní stránce by mohl být „**cnc obrábění**“. Dále firma **nemá strukturovaný text** do odstavců, což je důležité pro přehlednost stránky. Doporučuji také **dodat alternativní popisy obrázků**, aby si návštěvníci stránky v případě, že by nastal problém s jejich zobrazením, mohli alespoň přečíst jejich textový popis.

Z důvodu mnoha chyb by bylo vhodné vyhledat pomoc při jejich odstraňování u odborníka na SEO. Cena této analýzy se pohybuje v rozmezí od 5 000 Kč až do 20 000 Kč a odvíjí se od rozsahu stran výstupu.

## 7 Závěr

Kvalita internetových stránek firem může být rozhodující pro to, zda zákazník služeb konkrétní firmy využije, nebo se obrátí na jinou společnost, která bude mít své stránky více propracované. Proto by firmy neměly své webové stránky podceňovat, ale naopak jim věnovat dostatečnou pozornost a finanční podporu.

Cílem mé práce bylo analyzovat konkurenci internetových stránek v oblasti kovoobrábění. Výběr konkurentů jsem provedla pomocí nejpoužívanějších vyhledávačů (Seznam a Google). U každého z nich jsem vybrala prvních pět firem dle výsledků vyhledávání. Jednalo se o firmy VPAZ, s. r. o.; HON – kovo, s. r. o.; CNC obrábění Trčka; CNC-Šnajdr; PBM, spol. s. r. o.; KOVO HAKEN, s. r. o.; KOMP-CZ s. r. o.; OVA – CNC obrábění kovů; STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o. a KOVOTRIO. Doporučení byla vypracována na základě analýzy internetových stránek firem zabývajících se přesným strojním obráběním v České republice a v Moravskoslezském kraji. Data jsem získala prostřednictvím hodnotícího formuláře.

Celkové hodnocení dopadlo pro firmu průměrně. Vyskytovaly se zde dobré i méně dobré části. Nejlépe hodnoceny byly technické parametry stránky, kde firma splnila všechna kritéria na plný počet bodů (URL, doména a zobrazitelnost v prohlížečích). Další velmi dobře hodnocenou částí byl grafický vzhled stránky, který splňoval jak kontrastní menu, tak kontrastní text.

Problematickými částmi byla uživatelská přívětivost stránek. Na stránkách chybí funkce vyhledávání, neobsahuje možnost volby cizího jazyka a v navigaci chybí grafické zdůraznění položky hlavního menu. V obsahu stránky nebylo barevně odlišeno hlavní menu, v popisu činnosti chyběl vlastník a vznik firmy, nejsou zde zveřejňovány aktuální informace, chybí zde ceník a fotografie strojního parku.

V oblasti SEO při hodnocení síly webové stránky splnila firma MIVAŠ pouze kritérium titulku stránky. Ve zbývajících kritériích neuspěla, jednalo se o popis stránky, klíčová slova, zdrojový kód, nadpisy, text stránky a netextové prvky.

Pokud firma MIVAŠ zapracuje návrhy a doporučení, které uvádím v předchozí kapitole, může zlepšit svou pozici ve vyhledávání a předstihnout svou konkurenci jak s ohledem na Moravskoslezský kraj, tak i s ohledem na celou Českou republiku.

## Seznam použité literatury

### Odborná literatura

- [1] BLAŽKOVÁ, M. *Jak využít internet v marketingu: krok za krokem k vyšší konkurenceschopnosti*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2005. 156 s. ISBN 80-247-1095-1.
- [2] BLAŽKOVÁ, M. *Marketingové řízení a plánování pro malé a střední firmy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 280 s. ISBN 80-247-1535-3.
- [3] BREZÁNIOVÁ, M.; MAJERČÁK J. *Marketing B2B*. Žilina: Žilinská univerzita v Žilině, 2004. 115 s. ISBN 80-8070-232-2.
- [4] HAMILTON, John. *Internet*. Minnesota: ABDO Publishing Company, 2005. 32 s. ISBN 1-59197-544-1.
- [5] JAKUBÍKOVÁ, D. *Strategický marketing - strategie a trendy*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2008. 272 s. ISBN 978-80-247-2690-8.
- [6] JANOUGH, V. *Internetový marketing. Prosaďte se na webu a sociálních sítích*. 1. vyd. Brno: Computer Press, 2010. 304 s. ISBN 978-80-251-2795-7.
- [7] KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. *Marketing*. Přel. H. Machková. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2004. 855 s. ISBN 80-247-0513-3.
- [8] KOTLER, P.; KELLER, K. L. *Marketing management*. Přel. Š. Černá. 12. vyd. Praha: Grada Publishing, 2007. 792 s. ISBN 978-80-247-1359-5.
- [9] KOZEL, R. a kolektiv. *Moderní marketingový výzkum*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2006. 280 s. ISBN 80-247-0966-X.
- [10] LOŠŤÁKOVÁ, H. *B-to-B marketing: Strategická marketingová analýza pro vytváření tržních příležitostí*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing 2005. 186 s. ISBN 80-86419-94-0.
- [11] MITCHELL, Scott. *Create your own website*. United States of America: Sams Publishing, 2006. 200 s. ISBN 0-672-32826-7.
- [12] SILVERSTEIN, Barry. *Business-to-Business Internet Marketing*. 1. vyd. Canada: Independent Publishers Group, 2002. 407 s. ISBN 1-885068-72-7.
- [13] STUHLÍK, P., DVOŘÁČEK M. *Reklama na Internetu*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2002. 226 s. ISBN 80-247-0201-0
- [14] SWEENEY, Susan; MACLELLAN, Andy; DOREY, Ed. *3G Marketing on the Internet, Seventh Edition: Third Generation Internet Marketing Strategies for Online Success*. Canada: Maximum Press, 2006. 180 s. ISBN 1-931644-37-3.

[15] TODARO, M. *Internet Marketing Methods Revealed: The Complete Guide to Becoming an Internet Marketing Expert*. 1. vyd. Ocala: Atlantic Publishing Group, Inc., 2007. 336 s. ISBN 978-3-60138-151-4.

### **Tištěná periodika**

[16] Internetový marketing na vzestupu. *Marketing & komunikace*. 2010, roč. 20, č. 2, s. 17-18. ISSN 1211-5622.

[17] Malé firmy na Internetu tápou. *Trend marketing*. 2010, roč. 7, č. 2, s. 41. ISSN 1214-9594.

[18] Návštěvnost českého internetu v září 2010. *Marketing & Media*. 2010, roč. 10, č. 36, s. 32. ISSN 1212-9496.

[19] Spolupráce SST a VCSVTT s CECIMO na legislativě zaměřené na snižování energetické náročnosti obráběcích strojů. *Svět strojírenské techniky*. 2010, roč. 4, č. 2, s. 4. ISSN 1803-5736.

[20] WAISSER, J. Internetová reklama dnes. *Trend marketing*. 2009, roč. 6, č. 4, s. 32. ISSN 1214-9594.

[21] 5,5 milionu Čechů na internetu. *Trend marketing*. 2010, roč. 7, č. 8., s. 2. ISSN 1214-9594

### **Ostatní zdroje**

[22] Interní materiály firmy MIVAŠ

### **Elektronické zdroje**

[23] Business Media CZ, s.r.o. Technický týdeník [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Ekodesign ve stavbě výrobních strojů (obráběcí stroje) I. Dostupné z WWW: <<http://www.techtydenik.cz/detail.php?action=show&id=6388&mark>>.

[24] CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.kovohaken.cz/>>.

[25] CNC-ŠNAJDR. CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu [online]. 2005 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.cnc-snajdr.com/>>.

[26] Český statistický úřad. Český statistický úřad. [online]. c2010 [cit. 2010-11-19]. Czso.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.czso.cz/csu/redakce.nsf/i/home>>.

[27] Denik.cz [online]. 12.09.2010 [cit. 2011-02-21]. Strojírenské firmy se jen pozvolna zotavují z krize. Dostupné z WWW: <<http://www.denik.cz/ekonomika/strojirenske-firmy-v-krajich-se-jen-pozvolna-zotav.html>>.

[28] Ekolist.cz. Times of India: Hledání na internetu ničí životní prostředí [online]. 2009 [cit. 2010-11-19]. Ekolist.cz. Dostupné z WWW: <<http://ekolist.cz/cz/zpravodajstvi/zpravy/times-of-india-hledani-na-internetu-nici-zivotni-prostredi>>.

[29] Epravo.cz, a. s. Internet a právní aspekty na něm. [online]. c1999-2010 [cit. 2010-11-19]. Epravo.cz Dostupné z WWW: <<http://www.epravo.cz/top/clanky/internet-a-pravni-aspekty-podnikani-na-nem-47705.html?>>.

[30] FotoBanka.cz : Více než 900 000 fotografií pro Vaši grafiku, reklamu, časopis [online]. c1999-2011 [cit. 2011-03-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.fotobanka.cz/>>.

[31] Google. Google [online]. c2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.google.cz/>>.

[32] HON - KOVO, spol. s r. o. HONKOVO - s.r.o. [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.hon-kovo.cz/cz/index.htm>>.

[33] Internet Info, s.r.o. Internetové připojení [online]. c1998-2010 [cit. 2010-11-19]. Lupa.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.lupa.cz/specialy/internetove-pripojeni/>>.

[34] KOMP-CZ. Obrábění kovů a CNC obrábění, kovoobrábění, zámečnictví [online]. c2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.komp-cz.cz/>>.

[35] KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů [online]. 2009 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.kovotrio.eu>>.

[36] KRUTIŠ, Michal. Co je to internetový marketing [online]. 2007 [cit. 2011-01-13]. Dostupné z WWW: <<http://www.krutis.com/co-je-to-internetovy-marketing/>>.

[37] Kurzy.cz, spol. s r.o. Kurzy.cz - akcie, kurzy měn, komodity, zákony, zaměstnání [online]. 2000-2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.kurzy.cz/>>.

[38] MIVAŠ. MIVAŠ - kovoobrábění [online]. 2010 [cit. 2011-02-01]. Mivas.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.mivas.cz/>>.

[39] MM publishing, s.r.o. MM Průmyslové spektrum [online]. 2007 [cit. 2011-02-01]. Současné trendy v oblasti kapalin pro obrábění. Dostupné z WWW: <<http://www.mmspektrum.com/clanek/soucasne-trendy-v-oblasti-kapalin-pro-obrabeni>>.

[40] OVA - CNC obrábění kovů [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.vanhara.cz/>>.

- [41] PETERS, Geoff. Instant Coler Schemes [online]. c2006 [cit. 2011-03-29]. Dostupné z WWW: <<http://www.gpeters.com/color/color-schemes.php>>.
- [42] PBM spol. s. r. o. - Specialista na obrábění kovových dílců do průměru 32 mm [online]. 2008-2010 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://pbm.cz/main/>>.
- [43] Seznam.cz, a.s. Seznam: Najdu tam, co hledám [online]. c1996-2011 [cit. 2011-03-21]. Dostupné z WWW: <<http://www.seznam.cz/>>.
- [44] Seznam.cz, a.s. Katalog firem a institucí - Firmy. cz [online]. c1996-2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.firmy.cz/?w=&r=&mod=c-p-l-s-y>>.
- [45] Seznam.cz, a.s. Mapy.cz [online]. c1996-2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.mapy.cz/>>.
- [46] SPIR. Netmonitor - Hlavní stránka [online]. c2010 [cit. 2010-11-19]. Netmonitor.cz. Dostupné z WWW: <<http://www.netmonitor.cz/>>.
- [47] STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování [online]. 2009 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.strl.cz>>.
- [48] TRČKA, Michal. Cnc-obrabeni.com - Velmi přesné obrábění [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.cnc-obrabeni.com/index.php>>.
- [49] VPAZ s. r. o. VPAZ s. r. o. - Výroba přípravků a zařízení, kovoobrábění a zámečnictví [online]. 2011 [cit. 2011-02-01]. Dostupné z WWW: <<http://www.vpaz.cz>>.
- [50] Webový servis. SEO nástroje: analýza www stránek a vyhledavačů [online]. c2005-2008 [cit. 2010-11-19]. SEO servis. Dostupné z WWW: <<http://seo-servis.cz/>>.
- [51] Wikipedie [online]. 2011 [cit. 2011-01-13]. Internet. Dostupné z WWW: <<http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>>.
- [52] Wikipedie [online]. 2011 [cit. 2011-01-13]. Search Engine Optimization. Dostupné z WWW: <[http://cs.wikipedia.org/wiki/Search\\_Engine\\_Optimization](http://cs.wikipedia.org/wiki/Search_Engine_Optimization)>.

## Seznam zkratek

ADSL	Asymmetric Digital Subscriber Line
a. s.	akciová společnost
atd.	a tak dále
B2B	Business to Business
B2C	Business to Customer
CNC	Computer Numeric Control
.com	commercial
CO <sub>2</sub>	oxid uhličitý
.cz	doména České republiky
CZK	česká koruna
č.	číslo
ČR	Česká republika
ČSN	česká státní norma
DPH	daň z přidané hodnoty
DSL	Digital Subscriber Line
.edu	education
EU	Evropská unie
.eu	doména Evropské unie
EUR	euro
g	gram
Html	HyperText Markup Language
HTTP	HyperText Transfer Protocol
IP	Internet Protocol
ISDN	Integrated Services Digital Network
ISO	International Organization for Standardization
Kč	koruna česká
Mb	megabyte
mld.	miliarda
mm	milimetr
MS	Moravskoslezský
MSP	malý a střední podnikatelé
např.	například

.net	network
obr.	obrázek
.org	organization
PDF	Portable Document Format
PR	Public relations
RAM	Random Access Memory
RSS	Rich Site Summary
s.	sekunda
Sb.	sbírka
SEM	Search Engine Marketing
SEO	Search Engine Optimization
spol.	společnost
s. r. o.	společnost s ručením omezeným
tab.	tabulka
TCP	Transmission Control Protocol
URL	Uniform Resource Locator
USD	americký dolar
viz	lze vidět
www	World Wide Web
XHTML	Extensible HyperText Markup Language



## **Prohlášení o využití výsledků diplomové práce**

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO a jeden výtisk bude uložen u vedoucího diplomové práce. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO;
- bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 29. dubna 2011

.....  
Bc. Petra Bortelová

Adresa trvalého pobytu studenta:  
Polní 73  
Štítina 747 91

## Seznam obrázků

<b>Obr. 2.1:</b> Měřicí přípravek na zadní světlo.....	2
<b>Obr. 2.2:</b> Měřicí přípravek na víčko nádrže.....	2
<b>Obr. 2.3:</b> Prototypový díl chladiče sportovního auta.....	2
<b>Obr. 2.4:</b> Díl doplňující sestavu firmy Bosch.....	2
<b>Obr. 2.5:</b> MCFV 1260.....	3
<b>Obr. 2.6:</b> HERMLE C40 Dynamic.....	3
<b>Obr. 2.7:</b> DMU 100 Monoblock.....	3
<b>Obr. 2.8:</b> Úvodní stránka firmy MIVAŠ .....	3
<b>Obr. 2.9:</b> Úvodní stránka firmy VPAZ, s. r. o. ....	9
<b>Obr. 2.10:</b> Úvodní stránka firmy HON-kovo, s. r. o. ....	10
<b>Obr. 2.11:</b> Úvodní stránka firmy CNC Obrábění Trčka.....	11
<b>Obr. 2.12:</b> Úvodní stránka firmy CNC-Šnajdr .....	12
<b>Obr. 2.13:</b> Úvodní stránka firmy PBM, spol. s. r. o. ....	12
<b>Obr. 2.14:</b> Úvodní stránka firmy KOVO HAKEN, s. r. o. ....	13
<b>Obr. 2.15:</b> Úvodní stránka firmy KOMP-CZ s. r. o. ....	14
<b>Obr. 2.16:</b> Úvodní stránka firmy STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o. ....	15
<b>Obr. 2.17:</b> Úvodní stránka firmy OVA – CNC obrábění kovů .....	15
<b>Obr. 2.18:</b> Úvodní stránka firmy KOVOTRIO .....	16
<b>Obr. 5.1:</b> Celkové hodnocení obsahu webových stránek .....	32
<b>Obr. 5.2:</b> Srovnání hodnocení obsahu webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje.....	34
<b>Obr. 5.3:</b> Celkové hodnocení grafického vzhledu webových stránek .....	34
<b>Obr. 5.4:</b> Srovnání hodnocení grafického vzhledu webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje .....	35
<b>Obr. 5.5:</b> Celkové hodnocení technických parametrů webových stránek .....	36
<b>Obr. 5.6:</b> Srovnání hodnocení technických parametrů webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje .....	36
<b>Obr. 5.7:</b> Celkové hodnocení uživatelské přívětivosti webových stránek .....	37
<b>Obr. 5.8:</b> Srovnání hodnocení uživatelské přívětivosti webových stránek firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje .....	38
<b>Obr. 5.9:</b> Celkové hodnocení interních odkazů na webových stránkách .....	39
<b>Obr. 5.10:</b> Srovnání hodnocení interních odkazů na webových stránkách firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje .....	40
<b>Obr. 5.11:</b> Celkové hodnocení multimediálních prvků na webových stránkách .....	41
<b>Obr. 5.12:</b> Srovnání hodnocení multimediálních prvků na webových stránkách firmy MIVAŠ s průměry za jednotlivé kraje .....	41
<b>Obr. 5.13:</b> Celkové hodnocení webových stránek.....	42
<b>Obr. 5.14:</b> Ukázka správně vyplněných titulků firem z Moravskoslezského kraje .....	43
<b>Obr. 5.15:</b> Ukázka správně vyplněných titulků firem z TOP 5 Google.....	43
<b>Obr. 5.16:</b> Ukázka chybně vyplněného titulku.....	43
<b>Obr. 5.17:</b> Ukázka správně vyplněných popisů stránek firem z Moravskoslezského kraje..	43
<b>Obr. 5.18:</b> Ukázka správně vyplněných popisů stránek firem z TOP 5 Google .....	44
<b>Obr. 5.19:</b> Ukázka chybně vyplněných popisů (popřípadě vůbec nevyplněných) firem z Moravskoslezského kraje .....	44
<b>Obr. 5.20:</b> Ukázka chybně vyplněných popisů (popřípadě vůbec nevyplněných) firem z TOP 5 Google .....	44
<b>Obr. 5.21:</b> Síla webových stránek .....	45

<b>Obr. 6.1:</b> Barevné schéma .....	48
<b>Obr. 6.2:</b> Obrábění.....	49
<b>Obr. 6.3:</b> Obrábění na CNC stroji .....	49
<b>Obr. 6.4:</b> Návrh rozležení webové stránky firmy MIVAŠ.....	50

## Seznam tabulek

<b>Tab. 3.1:</b> Srovnání internetu s tradičními médii .....	18
<b>Tab. 4.1:</b> Rozpočet výzkumu.....	30
<b>Tab. 5.1:</b> Průměrné hodnocení jednotlivých oblastí .....	46

## **Seznam příloh**

**Příloha č. 1:** Hodnotící formulář

**Příloha č. 2:** Mapy

**Příloha č. 3:** Výrobky firmy MIVAŠ

**Příloha č. 4:** Současné možnosti připojení k internetu

**Příloha č. 5:** Kontakty

**Příloha č. 6:** Kontrast barev

**Příloha č. 7:** Analýza síly webu a zdrojového kódu

**Příloha č. 8:** Analýza SEO faktorů

**Příloha č. 9:** Chyby na webové stránce firmy MIVAŠ

**Příloha č. 10:** Statistiky hledanosti

**Příloha č. 11:** Souhrnné výsledky

## Příloha č. 1: Hodnoticí formulář

### Obsah webové stránky

<b>Hlavní menu</b>	2 = uspořádané v jedné liště, barevně odlišeno 1 = uspořádané v jedné liště, není barevně odlišeno 0 = neuspořádané v jedné liště
<b>Popis firmy a činnosti</b>	2 = lze najít snadno popis firmy, obsahuje všechny údaje (vznik, vlastník, obor činnosti) 1 = lze najít snadno popis firmy, obsahuje alespoň jeden údaj (vznik, vlastník, obor činnosti) 0 = nelze najít, nebo je obtížné najít popis firmy a činnosti
<b>Aktuální zprávy týkající se firmy</b>	2 = zveřejňovány aktuální zprávy alespoň z jedné oblasti (činnost, produkty) a nejsou starší než 2 měsíce 1 = zveřejňovány aktuální zprávy alespoň z jedné oblasti (činnost, produkty) a jsou starší než 2 měsíce 0 = nezveřejňovány aktuální zprávy
<b>Cenové informace</b>	2 = obsahuje cenové informace 1 = obsahuje kontakt pro získání cenových informací 0 = neobsahuje cenové informace ani kontakt pro jejich získání
<b>Kontakty</b>	2 = obsahuje veškeré kontakty (adresa, telefon, e-mail, fax) 1 = obsahuje alespoň jeden z kontaktů (adresa, telefon, e-mail, fax) 0 = kontakt chybí
<b>Reference</b>	2 = obsahuje reference s funkčními odkazy, které přesměrují na stránku referenční firmy 1 = obsahuje reference bez funkčních odkazů, které by přesměrovaly na stránku referenční firmy 0 = neobsahuje reference
<b>Strojní park</b>	2 = obsahuje seznam strojů, které firma vlastní, s grafickým vyobrazením 1 = obsahuje seznam strojů, které firma vlastní, bez grafického vyobrazení 0 = neobsahuje seznam strojů, které firma vlastní

### Grafický vzhled webové stránky

<b>Barvy hlavního menu</b>	1 = barva písma hlavního menu je kontrastní s pozadím menu 0 = barva písma hlavního menu není kontrastní s pozadím menu
<b>Barvy textu na stránce</b>	1 = barva textu na stránce je kontrastní s barvou pozadí stránky 0 = barva textu na stránce není kontrastní s barvou pozadí stránky

### Technické parametry webové stránky

<b>URL</b>	1 = název webové stránky je ve formátu www.organizace.země 0 = název webové stránky není ve formátu www.organizace.země
<b>Doména</b>	1 = .cz (zdůrazňuje původ z ČR), .com (celosvětová doména) 0 = .org, .net, .eu (nezdůrazňuje původ z ČR)
<b>Zobrazitelnost v prohlížečích</b>	1 = zobrazitelné bez chyb ve dvou nejpopulárnějších prohlížečích Mozilla Firefox a Internet Explorer 0 = alespoň v jednom z těchto prohlížečů nejde web zobrazit

### Uživatelská přívětivost webových stránek

<b>Vyhledávání</b>	2 = funkce vyhledávání v obsahu je k dispozici i na podstránkách a je funkční 1 = funkce vyhledávání v obsahu je k dispozici jen na titulní stránce a je funkční 0 = není k dispozici funkce vyhledávání, nebo není funkční
<b>Registrace pro prohlížení stránek</b>	2 = není nutná registrace pro prohlížení jakékoliv obsahu webu 1 = je nutná registrace pro prohlížení určitých částí obsahu webu 0 = je nutná registrace pro prohlížení celého obsahu stránek
<b>Cizí jazyk</b>	2 = web obsahuje možnost přepnutí na dva a více cizích jazyků 1 = web obsahuje možnost přepnutí na jeden cizí jazyk 0 = web nabízí pouze český jazyk
<b>Navigace</b>	2 = je zřejmé, kde se v rámci celého webu uživatel právě nachází, je zde grafické zdůraznění položky v hlavní nabídce 1 = je zřejmé, kde se v rámci celého webu uživatel právě nachází, ale není zde grafické zdůraznění položky v hlavní nabídce 0 = není zřejmé, kde se v rámci celého webu uživatel nachází

### Interní odkazy na webové stránky

<b>Obsah interních odkazů v textu webové stránky</b>	1 = web obsahuje interní odkazy v textu 0 = web neobsahuje interní odkazy v textu
<b>Funkčnost odkazů</b>	1 = interní odkazy jsou plně funkční, 0 = interní odkazy nejsou funkční, nebo přesměrují na jiné místo, než je uvedeno
<b>Srozumitelnost odkazů</b>	1 = interní odkazy jsou správně pojmenovány vhodným klíčovým slovem 0 = interní odkazy jsou typu „zde“
<b>Vzhled a barva odkazů</b>	1 = každý interní odkaz vypadá jako odkaz barevný nebo podtržený, na stránce nejsou odkazy, které klamou tím, že je nelze poznat 0 = některé interní odkazy nelze na první pohled poznat

### Multimediální prvky

<b>Videa</b>	1 = web obsahuje alespoň jedno video 0 = web neobsahuje videa
<b>Fotografie</b>	1 = web obsahuje alespoň jednu fotografii 0 = web neobsahuje fotografie

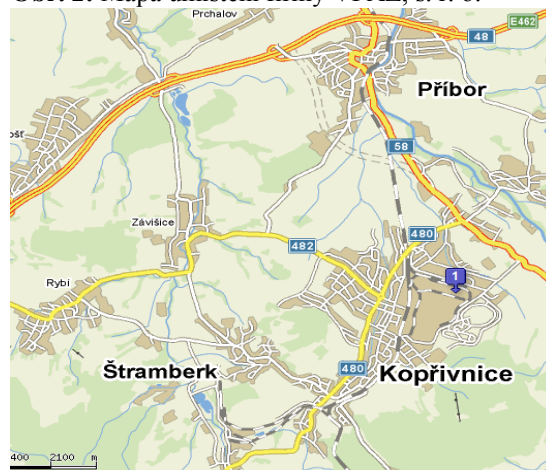
## Příloha č. 2: Mapy

**Obr. 1:** Mapa umístění firmy MIVAŠ



Zdroj: [45]

**Obr. 2:** Mapa umístění firmy VPAZ, s. r. o.



Zdroj: [45]

**Obr. 3:** Mapa umístění firmy HON – kovo, s. r. o.



Zdroj: [45]

**Obr. 4:** Mapa umístění firmy CNC obrábění Trčka



Zdroj: [45]

**Obr. 5:** Mapa umístění firmy CNC-Šnajdr



Zdroj: [45]

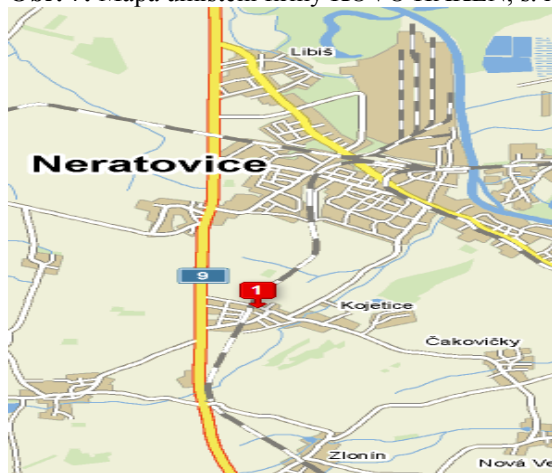
**Obr. 6:** Mapa umístění firmy PBM, spol. s. r. o.



Zdroj: [45]

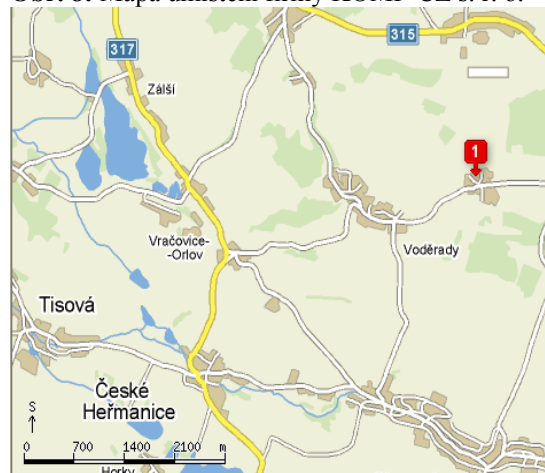


**Obr. 7:** Mapa umístění firmy KOVO HAKEN, s. r. o.



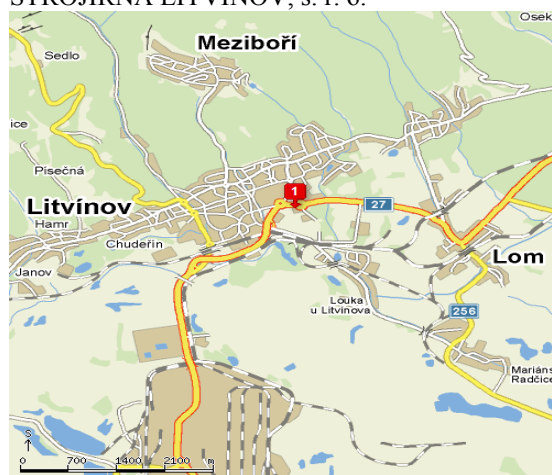
Zdroj: [45]

**Obr. 8:** Mapa umístění firmy KOMP-CZ s. r. o.



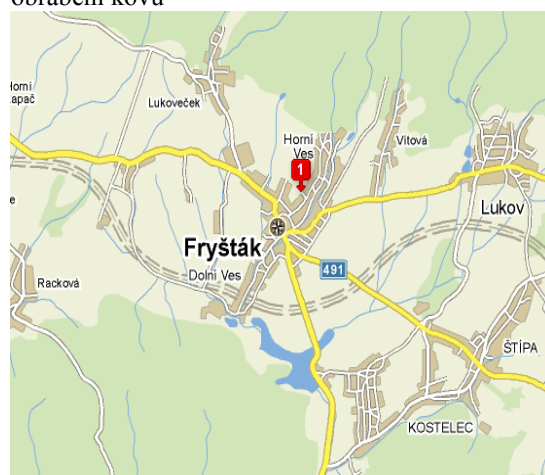
Zdroj: [45]

**Obr. 9:** Mapa umístění firmy STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.



Zdroj: [45]

**Obr. 10:** Mapa umístění firmy OVA - CNC obrábění kovů



Zdroj: [45]

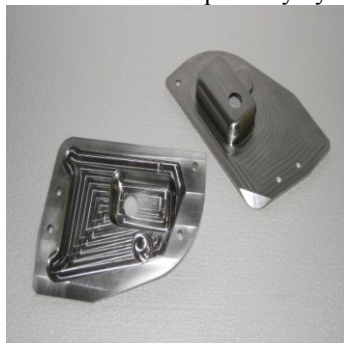
**Obr. 11:** Mapa umístění firmy KOVOTRIO



Zdroj: [45]

### Příloha č. 3: Výrobky firmy MIVAŠ

**Obr. 1:** Forma na plastový výrobek



Zdroj: [22]

**Obr. 2:** Přípravek na měření světla



Zdroj: [22]

**Obr. 3:** Přípravek na montáž dílů



Zdroj: [22]

**Obr. 4:** Chladič na světlo



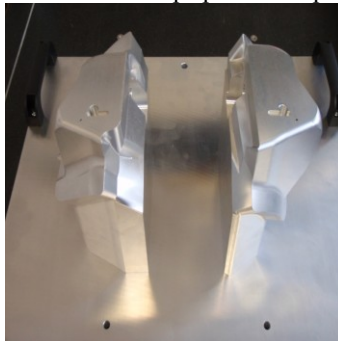
Zdroj: [22]

**Obr. 5:** Prototypové díly



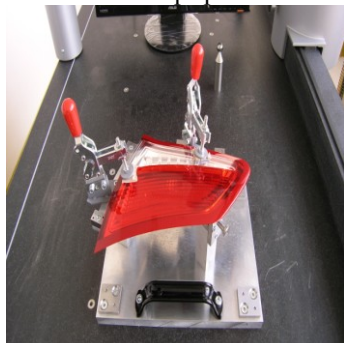
Zdroj: [22]

**Obr. 6:** Měřicí přípravek na plech



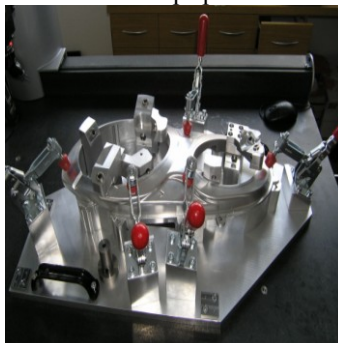
Zdroj: [22]

**Obr. 7:** Měřicí přípravek na zadní světlo (Citroën)



Zdroj: [22]

**Obr. 8:** Měřicí přípravek na zadní světlo (Bentley)



Zdroj: [22]

#### **Příloha č. 4: Současné možnosti připojení k internetu**

Nejstarší možností připojení je **Dial-up** (připojení k internetu přes analogovou telefonní linku). K připojení stačí pouze modem (zabezpečuje přenos dat pomocí telefonní linky) a přístupové konto u některého z poskytovatelů. [33]

Pro připojení formou **ISDN** je nutné vlastnit speciální digitální telefonní linku a ISDN kartu (propojuje počítač se sítí ISDN). [33]

**Mobilní připojení** nabízí možnost připojit se k internetu z kteréhokoliv místa. Vše závisí pouze na signálu příslušné mobilní sítě. Pro přístup je nutný telefon podporující datové služby či speciální modem a aktivace této služby u operátora. [33]

Připojení **pronajatým datovým okruhem** probíhá zpravidla drátovým či optickým vedením, případně bezdrátovým připojením. Výhodou je především vysoká spolehlivost a bezpečnost služeb. Tento okruh je poskytován telekomunikační společností. Přenosová rychlost souvisí s použitou technologií. [33]

Základní předpoklad **bezdrátového připojení** je přímá viditelnost mezi anténou poskytovatele internetu a zákazníkem (ten může využít pouze služeb antén, které vidí z místa kde je umístěna jeho anténa). [33]

Technologie **digitálních účastnických linek** (DSL). Přenos je prováděn pomocí modemů mezi uživatelem a telefonní ústřednou odkud jsou data pomocí vlastní digitální sítě přenášena dále. Přenosová rychlost závisí na použité technologii a délce linky (jak je daleko uživatel od ústředny). [33]

Přípojka ke **kabelové televizi** umožňuje nejen sledovat televizní program, ale také vysokorychlostní připojení k internetu. [33]

**Satelitu** se využívá především tam, kde není možnost zajistit jiný způsob připojení. Existují dva různé přístupy – buď jednosměrný (uživatel data pouze přijímá a pro odeslání dat musí vlastnit jiné připojení k internetu), nebo systém pro oboustrannou komunikaci. [33]

## **Příloha č. 5: Kontakty**

### **MIVAŠ**

**Adresa:** Mlýnářská 6, 747 07 Opava  
**Telefon:** +420 553 793 264  
**Fax:** +420 553 793 264  
**E-mail:** pmmv@email.cz  
**www:** www.mivas.cz

### **VPAZ, s.r.o.**

**Adresa:** Areál Tatry obj. č. 501,  
742 21 Kopřivnice  
**Telefon:** +420 556 492 345  
**Fax:** +420 556 492 345  
**E-mail:** info@vpaz.cz  
**www:** www.vpaz.cz

### **HON - kovo, s.r.o.**

**Adresa:** Olomoucká 2559/92,  
746 01 Opava - Předměstí  
**Telefon:** +420 553 781 121  
**Fax:** +420 553 781 126  
**E-mail:** kovo@hon.cz  
**www:** www.hon-kovo.cz

### **CNC obrábění Trčka**

**Adresa:** Ostravice 648, 739 14  
**Telefon:** +420 558 682 100  
**Mobil:** +420 603 525 757  
**E-mail:** trcka@cnc-obrabeni.com  
**www:** www.cnc-obrabeni.com

### **CNC-Šnajdr**

**Adresa:** Stachovická 11,  
742 47 Hladké Životice  
**Telefon:** +420 556 756 031  
**Fax:** +420 556 756 033  
**E-mail:** info@cnc-snajdr.com  
**www:** www.cnc-snajdr.com

### **PBM, spol. s r.o.**

**Adresa:** Vratimovská 624/11,  
718 00 Ostrava - Kunčičky  
**Telefon:** +420 595 226 395  
**Fax:** +420 596 238 150  
**E-mail:** info@pbm.cz  
**www:** www.pbm.cz

### **KOVO HAKEN s.r.o.**

**Adresa:** Na skalkách 55, 250 72 Kojetice  
**Telefon:** +420 315 684 221  
**E-mail:** kovohaken@kovohaken.cz  
**www:** www.kovohaken.cz

### **KOMP-CZ s.r.o.**

**Adresa:** Džbánov 14, 566 01 Voděradý  
**Mobil:** +420 603 272 797  
**Telefon:** +420 465 320 686  
**Fax:** +420 465 635 852  
**www:** www.komp-cz.cz

### **STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.**

**Adresa:** Na Pavlu 2155, 436 01 Litvínov  
**Telefon:** +420 476 732 530  
**Fax:** +420 476 732 754  
**E-mail:** info@strl.cz  
**www:** www.strl.cz

### **OVA – CNC obrábění**

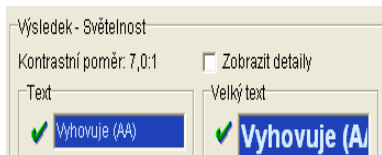
Oldřich Vaňhara  
**Adresa:** Komenského 252, 763 16 Fryšták  
**Mobil:** +420 776 775 141  
**E-mail:** vanhara@vanhara.cz  
**www:** www.vanhara.cz

### **KOVOTRIO**

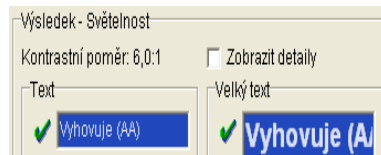
**Adresa:** Křovákova 834,  
277 13 Kostelec nad Labem  
**Mobil:** + 420 602 651 847  
**Fax:** + 420 315 696 524  
**E-mail:** mach@kovotrio.eu  
**www:** www.kovotrio.eu

## Příloha č. 6: Kontrast barev

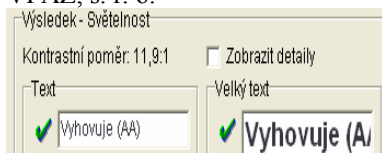
**Obr. 1:** Kontrast menu na stránkách firmy MIVAŠ



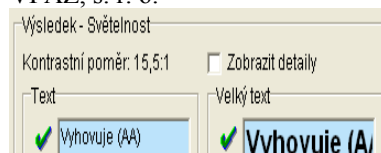
**Obr. 2:** Kontrast textu na stránkách firmy MIVAŠ



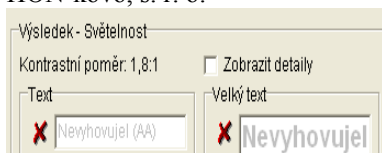
**Obr. 3:** Kontrast menu na stránkách firmy VPAZ, s. r. o.



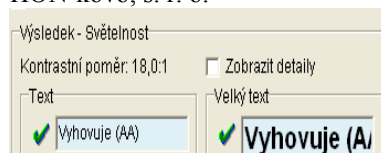
**Obr. 4:** Kontrast textu na stránkách firmy VPAZ, s. r. o.



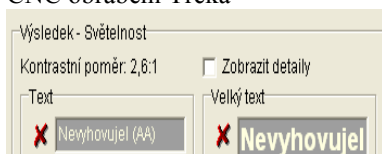
**Obr. 5:** Kontrast menu na stránkách firmy HON-kovo, s. r. o.



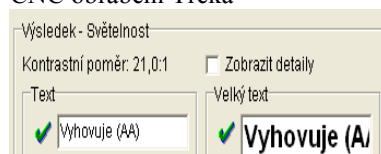
**Obr. 6:** Kontrast textu na stránkách firmy HON-kovo, s. r. o.



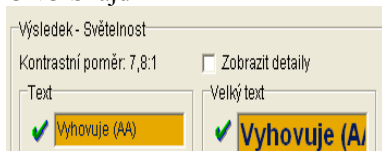
**Obr. 7:** Kontrast menu na stránkách firmy CNC obrábění Trčka



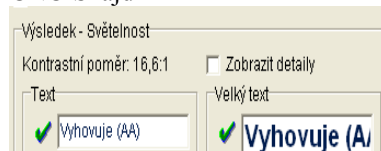
**Obr. 8:** Kontrast textu na stránkách firmy CNC obrábění Trčka



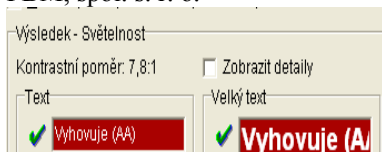
**Obr. 9:** Kontrast menu na stránkách firmy CNC-Šnajdr



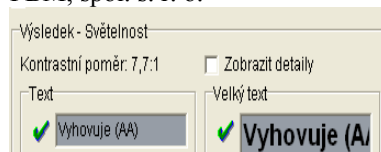
**Obr. 10:** Kontrast textu na stránkách firmy CNC-Šnajdr



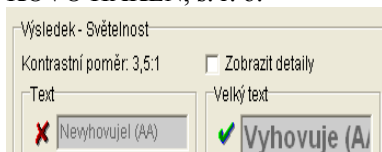
**Obr. 11:** Kontrast menu na stránkách firmy PBM, spol. s. r. o.



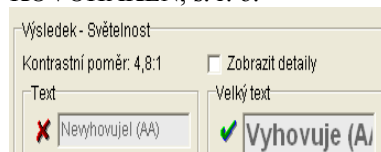
**Obr. 12:** Kontrast textu na stránkách firmy PBM, spol. s. r. o.



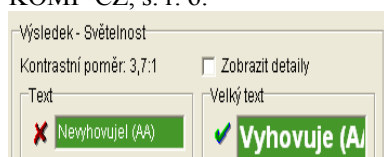
**Obr. 13:** Kontrast menu na stránkách firmy KOVO HAKEN, s. r. o.



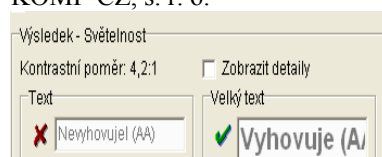
**Obr. 14:** Kontrast textu na stránkách firmy KOVOHAKEN, s. r. o.



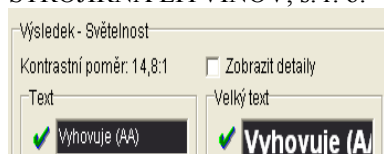
**Obr. 15:** Kontrast menu na stránkách firmy KOMP-CZ, s. r. o.



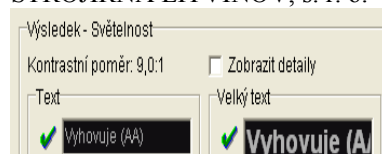
**Obr. 16:** Kontrast textu na stránkách firmy KOMP-CZ, s. r. o.



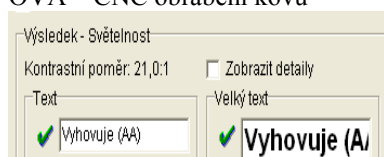
**Obr. 17:** Kontrast menu na stránkách firmy STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.



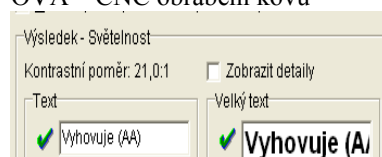
**Obr. 18:** Kontrast textu na stránkách firmy STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.



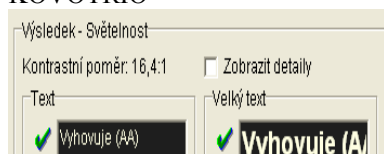
**Obr. 19:** Kontrast menu na stránkách firmy OVA – CNC obrábění kovů



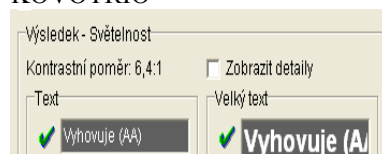
**Obr. 20:** Kontrast textu na stránkách firmy OVA – CNC obrábění kovů



**Obr. 21:** Kontrast menu na stránkách firmy KOVOTRIO



**Obr. 22:** Kontrast textu na stránkách firmy KOVOTRIO



## Příloha č. 7: Analýza síly webu a zdrojového kódu

Obr. 1: Síla webu firmy MIVAŠ

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

### Síla webu

Adresa: [www.mivas.cz](http://www.mivas.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové síla webu: 27 %

### Webová stránka

Titulek	MIVAŠ - kovoobrábění
Popis	Nevyplněno
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <a href="#">5 slov</a> .
Validita	Webová stránka nemá specifikovaný typ dokumentu (DTD) navíc obsahuje <a href="#">9 html chyb</a> .

#### 39% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: [39 %](#).

#### 0/10 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: 0/10.

#### 1/10 Srank

Srank testované stránky: 10/100.

#### 10/10 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulku: [1](#).

#### 10/10 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulku: [1](#).

#### 1/10 Popularita URL adresy

Oblíbenost URL adresy webové stránky: [3](#).

Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

### Zpětné odkazy a obsah Internetu

#### 1/10 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [1](#).

#### 0/10 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#).

#### 0/10 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#).

#### 0/10 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

### Doména

#### 1/10 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [1](#).

#### 0/10 Stáří domény

Stáří testované domény: 0 dnů.

Stáří podle prvotního zaindexování do webarchívu. Starší domény představují větší autoritu.

#### 0/10 Alexa rank

Alexa rank testované domény: [0](#).

Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]



Obr. 2: Analýza zdrojového kódu firmy MIVAŠ

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.mivas.cz](http://www.mivas.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 39 %

**Popisné informace**

Titulek	MIVAŠ - kovoobrábění
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

**Hlavička dokumentu**

- ✗ Není specifikovaný typ dokumentu, některé prohlížeče tak nemusí stránku zobrazit správně.
- ✗ Znaková sada není specifikovaná. Obsah stránky může být zobrazen nečitelně.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

**Zdrojový kód**

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 0 kB
- ✗ Stránka obsahuje 9 [html chyb](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

**Sémantika a přístupnost**

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✗ Na stránce se vyskytují netextové prvky bez alternativního obsahu. Tyto elementy (především obrázky) se nezobrazují ve všech zařízeních a prohlížečích, a tak je nutné specifikovat i jejich alternativní textový popis.
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: **center**
- ✗ Stránka nemá strukturovaný text do odstavců. Zkuste obsah zpřehlednit použitím odstavců.

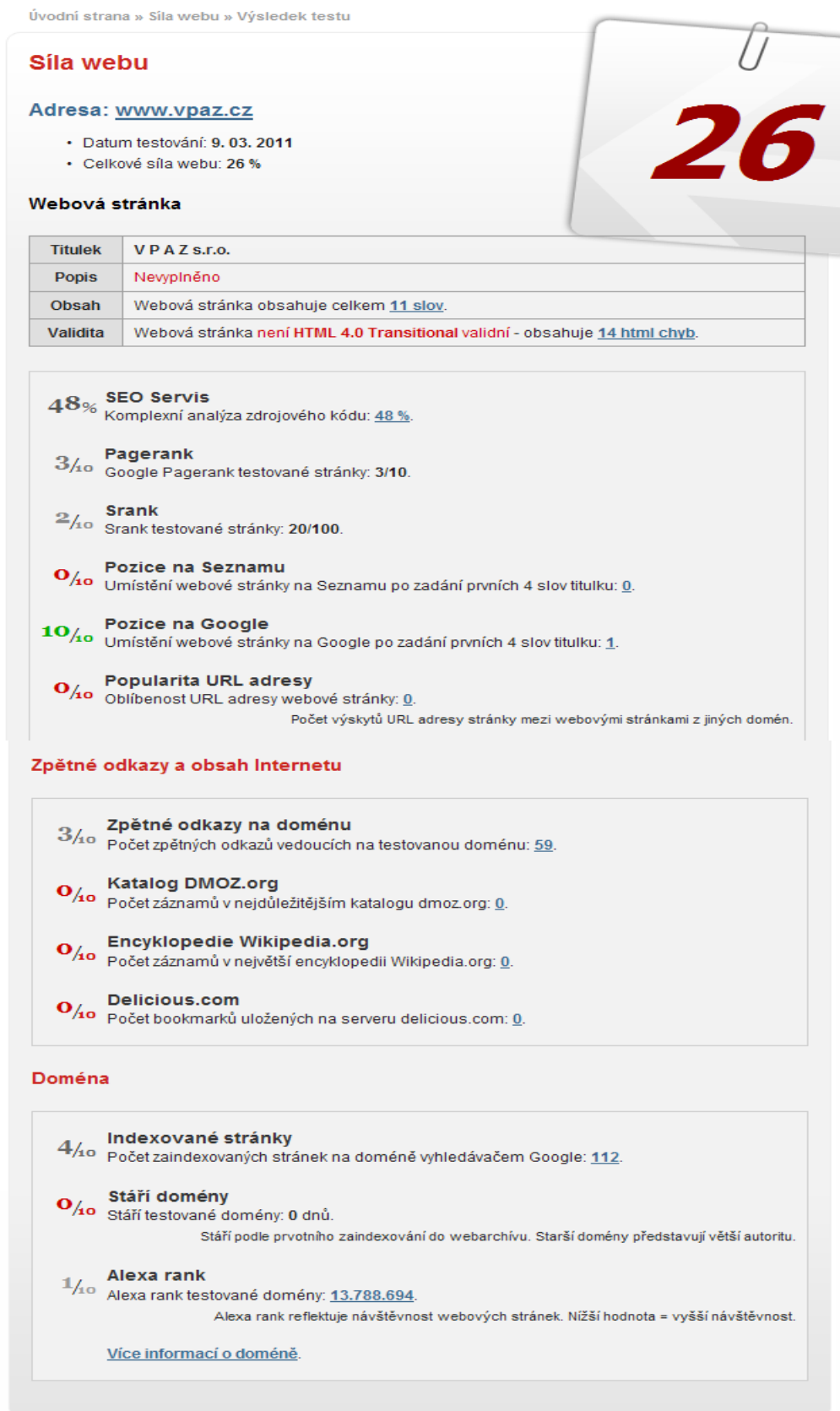
**Obsahová část**

- ✗ Stránka neobsahuje žádné nadpisy! Nadpisy jsou velice důležité místo pro klíčová slova. Začněte do textu nějaké.
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 0
- i Počet odkazů na externí zdroje: 0

Zdroj: [50]



Obr. 3: Síla webu firmy VPAZ, s. r. o.



Zdroj: [50]

Obr. 4: Analýza zdrojového kódu firmy VPAZ, s. r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.vpaz.cz](http://www.vpaz.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 48 %

### Popisné informace

Titulek	V P A Z s.r.o.
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	kovobrábění, CNC, machining, zámečnictví, locksmithery, svařování, welding, broušení, grinding, obrábění, dělení, cutting, zakružování, zakružování, rolling, montáž, assamblage, ohýbání, folding, vrtání, drilling, přípravky, tools, zařízení, devices, kovovýroba, production from steel, slévárenské, technologie, tatra, Kopřivnice, horizontální vyvrtávačka, horizontal drilling machine, soustruh, lathe, frézka, milling machine, karusel, opracování, kovobrabení, zamecnictví, svarovani, broušení, obrabeni, deleni, montaz, ohybani, vrtani, pripravky, zarizeni, kovovyroba, slevarenske technologie, tatra, Kopřivnice, horizontální vyvrtavacka, soustruh, frezka, karusel, opracovani <b>Příliš mnoho klíčových slov</b>
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) **HTML 4.0 Transitional**.
- ✓ Deklarace znakové sady **iso-8859-2**.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 2 kB**
- ✗ Stránka obsahuje **14 html chyb**. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: **0.02 kB**

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✗ Na stránce se vyskytují netextové prvky bez alternativního obsahu. Tyto elementy (především obrázky) se nezobrazují ve všech zařízeních a prohlížečích, a tak je nutné specifikovat i jejich alternativní textový popis.
- ! Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: **center**
- ✗ Stránka nemá strukturovaný text do odstavců. Zkuste obsah zpřehlednit použitím odstavců.

### Obsahová část

- ✗ Stránka neobsahuje žádné nadpisy! Nadpisy jsou velice důležité místo pro klíčová slova. Začněte do textu nějaké.
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: **1**
- i Počet odkazů na externí zdroje: **1**

Zdroj: [50]

Obr. 5: Síla webu firmy HON-kovo, s. r. o.

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

## Síla webu

Adresa: [www.hon-kovo.cz](http://www.hon-kovo.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celková síla webu: 24 %

### Webová stránka

Titulek	HONKOVO - s.r.o
Popis	Kancelářský nábytek HON - Vaše alter ego
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <a href="#">9 slov</a> .
Validita	Webová stránka <b>nemá specifikovaný typ dokumentu (DTD)</b> navíc obsahuje <a href="#">4 html chyby</a> .

#### 56% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: [56 %](#).

#### 4/10 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: 4/10.

#### 4/10 Srank

Srank testované stránky: 40/100.

#### 0/10 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: [0](#).

#### 0/10 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: [0](#).

#### 8/10 Popularita URL adresy

Oblíbenost URL adresy webové stránky: [13.100](#).

Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

### Zpětné odkazy a obsah Internetu

#### 4/10 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [177](#).

#### 0/10 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#).

#### 0/10 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#).

#### 0/10 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

### Doména

#### 3/10 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [49](#).

#### 0/10 Stáří domény

Stáří testované domény: 0 dnů.

Stáří podle prvotního zaindexování do webarchívu. Starší domény představují větší autoritu.

#### 0/10 Alexa rank

Alexa rank testované domény: [0](#).

Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]

Obr. 6: Analýza zdrojového kódu HON-kovo, s. r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.hon-kovo.cz](http://www.hon-kovo.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 56 %

### Popisné informace

Titulek	HONKOVO - s.r.o
Popis	Kancelářský nábytek HON - Vaše alter ego
Klíčová slova	kovovýroba
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✗ **Není specifikovaný typ dokumentu, některé prohlížeče tak nemusí stránku zobrazit správně.**
- ✓ Deklarace znakové sady **utf-8**.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.
- ✗ **Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.**

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
**Celková velikost HTML kódu: 1 kB**
- ✗ **Stránka obsahuje 4 [html chyby](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.**
- ⚠ Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru.  
**Velikost v CSS navíc: 0.25 kB**

### Sémantika a přístupnost

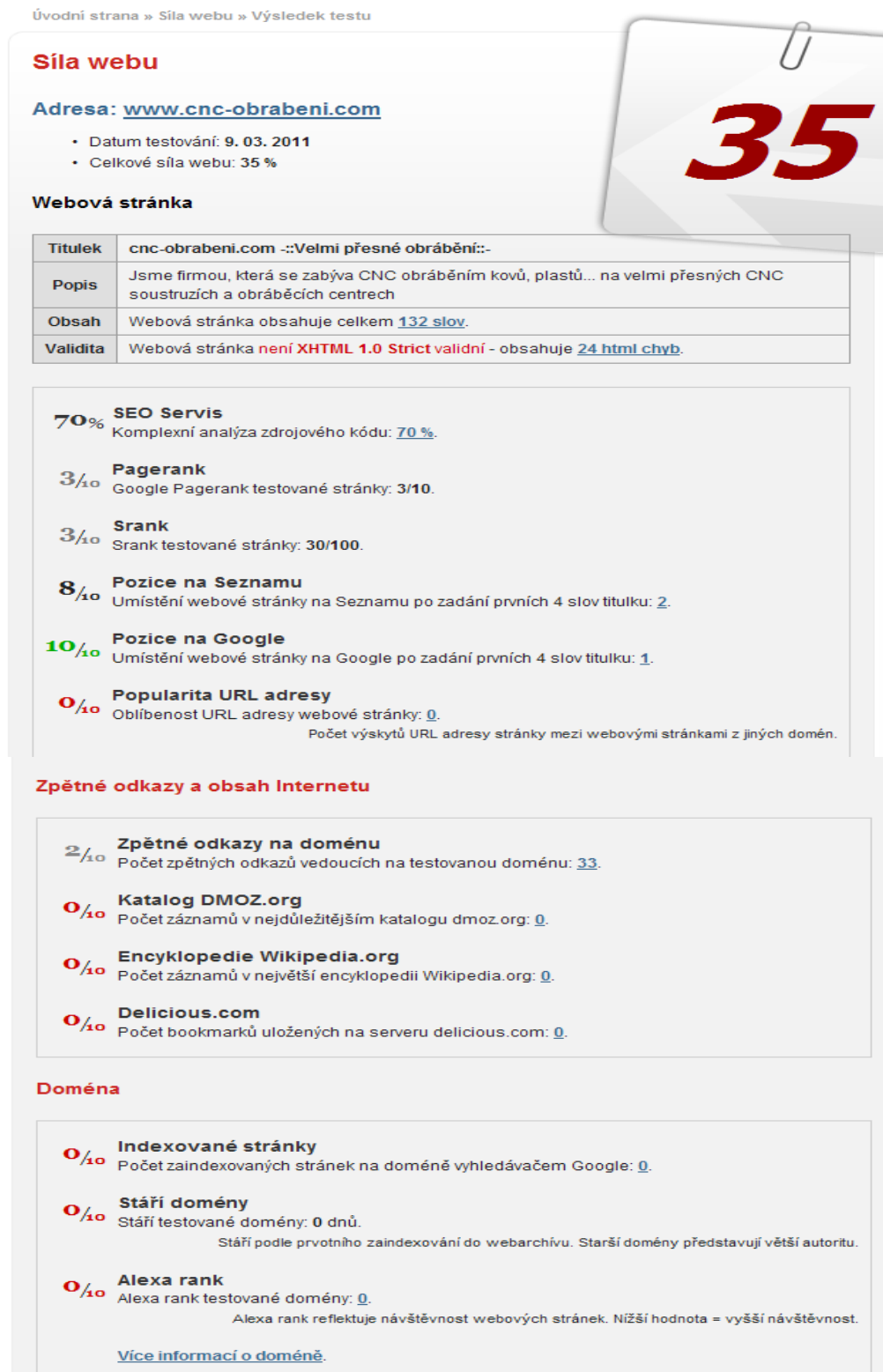
- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✗ **Na stránce se vyskytují netextové prvky bez alternativního obsahu. Tyto elementy (především obrázky) se nezobrazují ve všech zařízeních a prohlížečích, a tak je nutné specifikovat i jejich alternativní textový popis.**
- ⚠ Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním.  
Použité nesémantické značky: **center**
- ✗ **Stránka nemá strukturovaný text do odstavců. Zkuste obsah zpřehlednit použitím odstavců.**

### Obsahová část

- ✗ **Stránka neobsahuje žádné nadpisy! Nadpisy jsou velice důležité místo pro klíčová slova. Začněte do textu nějaké.**
- ✗ **Stránka obsahuje velice málo slov.**
- ℹ Počet odkazů na stránce: 3
- ℹ Počet odkazů na externí zdroje: 0

Zdroj: [50]

Obr. 7: Síla webu firmy CNC obrábění Trčka



Zdroj: [50]

Obr. 8: Analýza zdrojového kódu CNC obrábění Trčka

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.cnc-obrabeni.com](http://www.cnc-obrabeni.com)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 70 %

### Popisné informace

Titulek	cnc-obrabeni.com -::Velmi přesné obrábění::-
Popis	Jsmě firmou, která se zabývá CNC obráběním kovů, plastů... na velmi přesných CNC soustruzích a obráběcích centrech
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	All
Autor	David Herreman (www.free-css-templates.com)
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	<a href="http://www.cnc-obrabeni.com/sitemap.xml">www.cnc-obrabeni.com/sitemap.xml</a>

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Strict.
- ✓ Deklarace znakové sady windows-1250.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 5 kB
- ✗ Stránka obsahuje 24 html chyb. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.02 kB

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

### Obsahová část

- ✗ Stránka neobsahuje nadpis 1. úrovně.
- ! Nadpisy na stránce nejsou ve správném pořadí. Nemělo by se skákat např. z nadpisu první úrovně na 3. apod.  
Přehled nadpisů stránky.  

## <h2>

## <h2>Kontakt:

## <h2>Skype:

## <h2>Současná činnost firmy:

## <h2>Možnost následného zajištění :

✗
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 13
- i Počet odkazů na externí zdroje: 2

Zdroj: [50]

Obr. 9: Síla webu firmy CNC-Šnajdr

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

## Síla webu

Adresa: [www.cnc-snajdr.com](http://www.cnc-snajdr.com)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové síla webu: 44 %

## Webová stránka

Titulek	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu
Popis	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu!
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <a href="#">59 slov</a> .
Validita	Webová stránka <b>není XHTML 1.0 Transitional validní</b> - obsahuje <a href="#">2 html chyby</a> .

### 61% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: [61 %](#).

### 0/100 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.

### 3/100 Srank

Srank testované stránky: 30/100.

### 10/100 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: [1](#).

### 10/100 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: [1](#).

### 5/100 Popularita URL adresy

Obľíbenost URL adresy webové stránky: [991](#).

Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

## Zpětné odkazy a obsah Internetu

### 3/100 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [67](#).

### 0/100 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#).

### 0/100 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#).

### 0/100 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

## Doména

### 2/100 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [12](#).

### 10/100 Stáří domény

Stáří testované domény: **1.727** dnů.

Stáří podle prvotního zaindexování do webarchívu. Starší domény představují větší autoritu.

### 1/100 Alexa rank

Alexa rank testované domény: **19.640.792**.

Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]

Obr. 10: Analýza zdrojového kódu firmy CNC-Šnajdr

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.cnc-snajdr.com](http://www.cnc-snajdr.com)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 61 %

### Popisné informace

Titulek	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu
Popis	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu!
Klíčová slova	kovo, expo, obrábění, soustružení
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Jiří Štencek - stencek.com
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady iso-8859-2.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 6 kB
- ✗ Stránka obsahuje 2 html chyby. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru.  
Velikost v CSS navíc: 0.39 kB
- ✗ Stránka obsahuje přímo v html kódu příliš mnoho zbytečného JavaScriptu. Definice JavaScriptových funkcí by měly být bez výhrad ve zvláštním souboru.  
Velikost JavaScriptu navíc: 1.70 kB

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ! Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním.  
Použité nesémantické značky: b
- ✗ Stránka nemá strukturovaný text do odstavců. Zkuste obsah zpřehlednit použitím odstavců.

### Obsahová část

- ✗ Stránka neobsahuje žádné nadpisy! Nadpisy jsou velice důležité místo pro klíčová slova. Začleňte do textu nějaké.
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 14
- i Počet odkazů na externí zdroje: 1

Zdroj: [50]



Obr. 11: Síla webu firmy PBM, spol. s r. o.



Zdroj: [50]

Obr. 12: Analýza zdrojového kódu firmy PBM, spol. s r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.pbm.cz](http://www.pbm.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 73 %

### Popisné informace

Titulek	PBM, Spol. s.r.o.
Popis	Zakázková výroba obráběných dílů do průměru 32 mm na CNC dlouhotočných automatech a vačkových automatech.
Klíčová slova	obrobek, obrábění, lisování, CNC automat, vačkový automat, CNC, kov, ocel, mosaz, dural, plast, ostrava, pbm <i>Příliš mnoho klíčových slov</i>
Info pro roboty	index,follow
Autor	Panda Design
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.1.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.

### Zdrojový kód


- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 1 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

### Sémantika a přístupnost



- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✗ Stránka nemá strukturovaný text do odstavců. Zkuste obsah zpřehlednit použitím odstavců.

### Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.  
Přehled nadpisů stránky.  



# PBM Spol. s r. o.

## Zakázková výroba obráběných dílů do průměru 32 mm na CNC dlouhotočných automatech a vačkových automatech.
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- 
 Počet odkazů na stránce: 3
- 
 Počet odkazů na externí zdroje: 0

Zdroj: [50]

Obr. 13: Síla webu firmy KOVO HAKEN, s. r. o.

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

## Síla webu

Adresa: [www.kovohaken.cz](http://www.kovohaken.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové síla webu: 41 %

## Webová stránka

Titulek	CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN
Popis	CNC obrábění, Kovo obrábění. Jsme moderně vybavená rodinná firma která vznikla v roce 2004 pretransformováním firmy PETR HAKEN KOVO. Stežejní činnosti naší firmy jsou CNC obrábění, Klasické obrábění a Svarování.
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <b>124 slov</b> .
Validita	Webová stránka <b>není XHTML 1.0 Transitional validní</b> - obsahuje <b>13 html chyb</b> .

### 83% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: [83 %](#).

### 2/10 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: [2/10](#).

### 4/10 Srank

Srank testované stránky: [40/100](#).

### 10/10 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: [1](#).

### 0/10 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: [0](#).

### 7/10 Popularita URL adresy

Oblíbenost URL adresy webové stránky: [5,640](#).

Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

## Zpětné odkazy a obsah Internetu

### 4/10 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [195](#).

### 0/10 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#).

### 0/10 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#).

### 0/10 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

## Doména

### 2/10 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [18](#).

### 10/10 Stáří domény

Stáří testované domény: [3.521 dnů](#).

Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

### 0/10 Alexa rank

Alexa rank testované domény: [0](#).

Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]

Obr. 14: Analýza zdrojového kódu firmy KOVO HAKEN, s. r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.kovohaken.cz](http://www.kovohaken.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 83 %

### Popisné informace

Titulek	CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN
Popis	CNC obrábění, Kovo obrábění. Jsme moderně vybavená rodinná firma která vznikla v roce 2004 pretransformováním firmy PETR HAKEN KOVO. Stežejní činnosti naší firmy jsou CNC obrábění, Klasické obrábění a Svarování. <b>Popis je příliš dlouhý</b>
Klíčová slova	cnc, kovo, obrabeni, svarovani
Info pro roboty	index,follow
Autor	Kovohaken
robots.txt	<a href="#">Existuje</a>
Sitemap	<a href="http://www.kovohaken.cz/sitemap.xml">www.kovohaken.cz/sitemap.xml</a>

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady utf-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.




### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 5 kB
- ✗ Stránka obsahuje 13 [html chyb](#). Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

### Sémantika a přístupnost

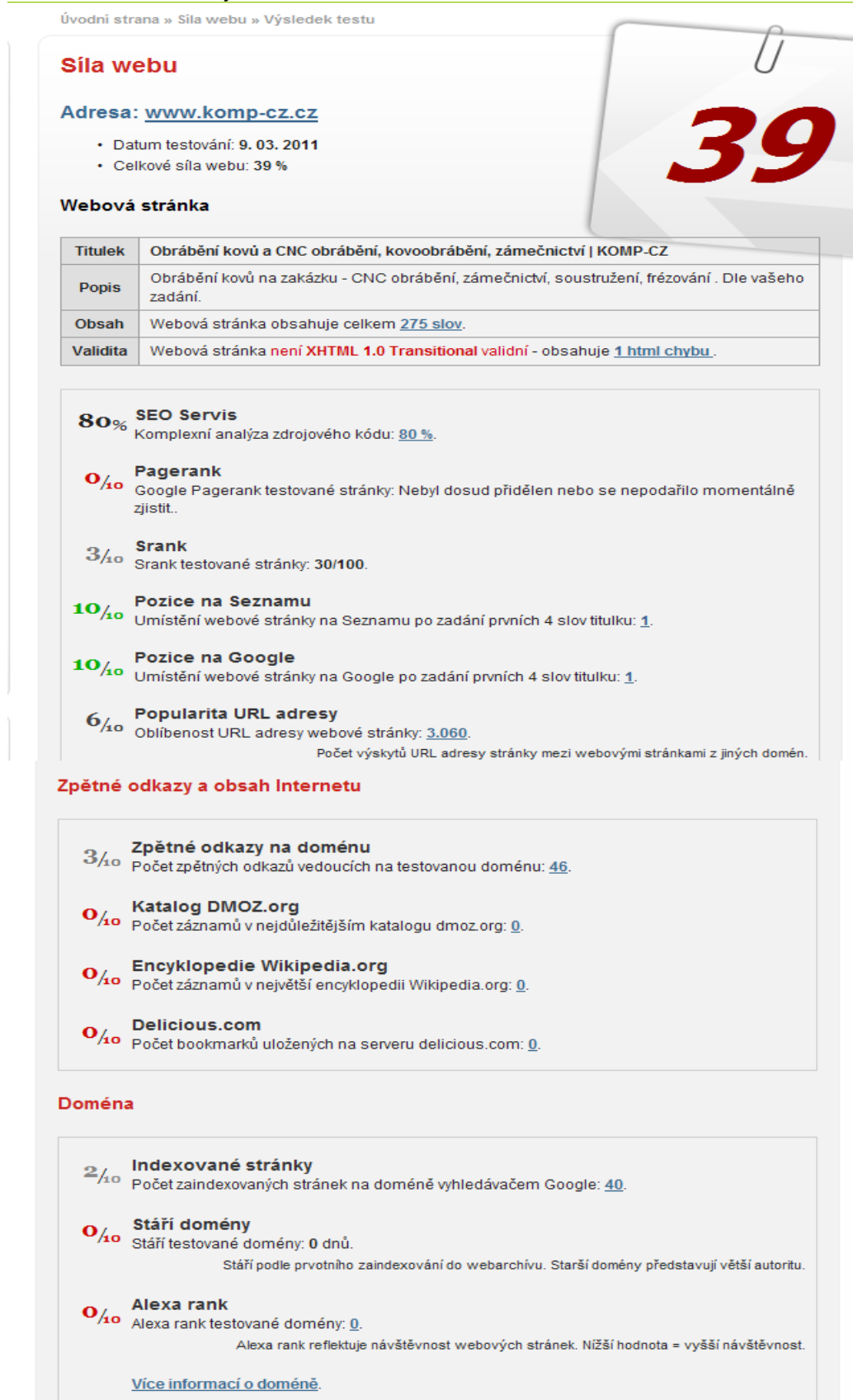
- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

### Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.  
Přehled nadpisů stránky.  
 **<h1>Kovo obrábění, CNC obrábění, Svarování**  
**<h2>Vážení obchodní přátelé vítáme vás na stránkách firmy KOVO HAKEN s.r.o.**
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
-  Počet odkazů na stránce: 7
-  Počet odkazů na externí zdroje: 0

Zdroj: [50]

**Obr. 15:** Síla webu firmy KOMP-CZ s. r. o.



Zdroj: [50]

Obr. 16: Analýza zdrojového kódu firmy KOMP-CZ s. r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.komp-cz.cz](http://www.komp-cz.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 80 %

### Popisné informace

Titulek	Obrábění kovů a CNC obrábění, kovoobrábění, zámečnictví   KOMP-CZ
Popis	Obrábění kovů na zakázku - CNC obrábění, zámečnictví, soustružení, frézování . Dle vašeho zadání.
Klíčová slova	cnc, cnc obrábění, kovoobrábění, kovovýroba, zámečnictví, soustružení, automaty, frézování Přiliš mnoho klíčových slov
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Existuje
Sitemap	<a href="http://www.komp-cz.cz/sitemap.xml">www.komp-cz.cz/sitemap.xml</a>

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady UTF-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Přiliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 24 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.19 kB
- ✗ Stránka obsahuje přímo v html kódu přiliš mnoho zbytečného JavaScriptu. Definice JavaScriptových funkcí by měly být bez výhrad ve zvláštním souboru. Velikost JavaScriptu navíc: 7.28 kB

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

### Obsahová část

- ✗ Stránka neobsahuje nadpis 1. úrovně.
- ! Nadpisy na stránce nejsou ve správném pořadí. Nemělo by se skákat např. z nadpisu první úrovně na 3. apod.  
Přehled nadpisů stránky.  

```

<h2>CNC
<h2>Výrobky CNC obrábění
<h2>Výrobky automatů
<h2>Frézování
  <h4>Kde nás najdete
  <h4>Kontakty
  <h4>Jednatel:
  <h4>Miloš Pokorný
<h3>
  <h4>Obrábění
<h3>Obrábění řešíme komplexně
<h2>Navigace
  <h3>Štítky

```
- ✓ Stránka obsahuje dostatek textu.
- ! Počet odkazů na stránce: 45
- ! Počet odkazů na externí zdroje: 1

Zdroj: [50]

Obr. 17: Síla webu firmy STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

## Síla webu

Adresa: [www.strl.cz](http://www.strl.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové síla webu: 30 %

### Webová stránka

Titulek	STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování: Úvod
Popis	STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <b>181 slov</b> .
Validita	Webová stránka <b>není XHTML 1.0 Transitional validní</b> - obsahuje <b>1 html chybu</b> .

**74%** **SEO Servis**  
Komplexní analýza zdrojového kódu: **74 %**.

**0/10** **Pagerank**  
Google Pagerank testované stránky: Nebyl dosud přidělen nebo se nepodařilo momentálně zjistit.

**1/10** **Srank**  
Srank testované stránky: **10/100**.

**0/10** **Pozice na Seznamu**  
Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: **0**.

**10/10** **Pozice na Google**  
Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: **1**.

**0/10** **Popularita URL adresy**  
Oblíbenost URL adresy webové stránky: **0**.

### Zpětné odkazy a obsah Internetu

**2/10** **Zpětné odkazy na doménu**  
Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: **21**.

**0/10** **Katalog DMOZ.org**  
Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: **0**.

**0/10** **Encyklopedie Wikipedia.org**  
Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: **0**.

**0/10** **Delicious.com**  
Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: **0**.

### Doména

**3/10** **Indexované stránky**  
Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: **78**.

**10/10** **Stáří domény**  
Stáří testované domény: **1.200 dnů**.  
Stáří podle prvotního zaindexování do webarchívu. Starší domény představují větší autoritu.

**1/10** **Alexa rank**  
Alexa rank testované domény: **17.214.996**.  
Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]

Obr. 18: Analýza zdrojového kódu firmy STROJÍRNA LITVÍNOV s. r. o.

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.strl.cz](http://www.strl.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 74 %

### Popisné informace

Titulek	STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování: Úvod
Popis	STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely
Klíčová slova	CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely <i>Příliš mnoho klíčových slov</i>
Info pro roboty	Index, follow
Autor	Jan Krejčí, created by Xcreative.cz
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady windows-1250.
- ✗ Titulek stránky je příliš dlouhý, pro dobrou optimalizaci doporučujeme titulek zkrátit na 70-80 znaků.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 11 kB
- ✗ Stránka obsahuje 1 html chybu. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.25 kB

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

### Obsahová část

- ! Stránka obsahuje více nadpisů h1. Počet nadpisů h1: 3.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- Přehled nadpisů stránky.
  - <h1>Vitáme Vás
    - <h2>Profil společnosti
    - <h2>SkyDive Arena - Praha
  - <h1>Specializace
    - <h2>CNC obrábění kovů
    - <h2>Montáž technolog. zařízení
    - <h2>Inspekční údržba
    - <h2>Svařování a renovace
    - <h2>Aerodynamické tunely
  - <h1>Specializace
    - <h2>CNC obrábění kovů
    - <h2>Montáž technolog. zařízení
    - <h2>Inspekční údržba
    - <h2>Svařování a renovace
    - <h2>Aerodynamické tunely
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 23
- i Počet odkazů na externí zdroje: 6
- i Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Zdroj: [50]



**Obr. 19:** Síla webu firmy OVA - CNC obrábění kovů



Zdroj: [50]

Obr. 20: Analýza zdrojového kódu firmy OVA – CNC obrábění kovů

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.vanhara.cz](http://www.vanhara.cz)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 61 %

### Popisné informace

Titulek	OVA - CNC obrábění kovů
Popis	Nevyplněno
Klíčová slova	Nevyplněno
Info pro roboty	Nevyplněno
Autor	Nevyplněno
robots.txt	Neexistuje
Sitemap	Neexistuje

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) **HTML 4.01 Transitional**.
- ✓ Deklarace znakové sady **windows-1250**.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✗ Popisek stránky není vyplněn. Některé vyhledávače ho používají u výsledku vyhledávání.
- ✗ Informace pro roboty nejsou vyplněny. Vyhledávačům tímto můžete říct jestli mají stránku indexovat a následovat odkazy.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.
- Celková velikost HTML kódu: 3 kB
- ✓ Stránka je validní podle deklarovaného HTML 4.01 Transitional.
- ! Stránka obsahuje inline vložené CSS styly, které by měly být ve zvláštním souboru. Velikost v CSS navíc: 0.43 kB

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✓ Netextové elementy mají alternativní obsah.
- ! Na stránce dochází k míchání sémantického zvýrazňování s fyzickým formátováním. Použité nesémantické značky: **font, center**
- ! Stránka obsahuje málo odstavců. Bylo by lepší text více strukturovat.

### Obsahová část

- ✗ Stránka neobsahuje žádné nadpisy! Nadpisy jsou velice důležité místo pro klíčová slova. Začněte do textu nějaké.
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 10
- i Počet odkazů na externí zdroje: 8
- i Pro externí odkazy můžete více využívat atribut rel="nofollow". Je to dobré pro nedůvěryhodné weby.

Zdroj: [50]

Obr. 21: Síla webu firmy KOVOTRIO

Úvodní strana » Síla webu » Výsledek testu

## Síla webu

Adresa: [www.kovotrio.eu](http://www.kovotrio.eu)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celková síla webu: 43 %

## Webová stránka

Titulek	Úvod   KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů
Popis	KOVOTRIO nabízí třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, kovoobrábění.
Obsah	Webová stránka obsahuje celkem <b>178 slov</b> .
Validita	Webová stránka <b>není XHTML 1.0 Transitional validní</b> - obsahuje <b>8 html chyb</b> .

### 81% SEO Servis

Komplexní analýza zdrojového kódu: [81 %](#).

### 3/10 Pagerank

Google Pagerank testované stránky: 3/10.

### 1/10 Srank

Srank testované stránky: 10/100.

### 10/10 Pozice na Seznamu

Umístění webové stránky na Seznamu po zadání prvních 4 slov titulků: [1](#).

### 10/10 Pozice na Google

Umístění webové stránky na Google po zadání prvních 4 slov titulků: [1](#).

### 6/10 Popularita URL adresy

Oblíbenost URL adresy webové stránky: [1.150](#).

Počet výskytů URL adresy stránky mezi webovými stránkami z jiných domén.

## Zpětné odkazy a obsah Internetu

### 5/10 Zpětné odkazy na doménu

Počet zpětných odkazů vedoucích na testovanou doménu: [1.132](#).

### 0/10 Katalog DMOZ.org

Počet záznamů v nejdůležitějším katalogu dmoz.org: [0](#).

### 0/10 Encyklopedie Wikipedia.org

Počet záznamů v největší encyklopedii Wikipedia.org: [0](#).

### 0/10 Delicious.com

Počet bookmarků uložených na serveru delicious.com: [0](#).

## Doména

### 0/10 Indexované stránky

Počet zaindexovaných stránek na doméně vyhledávačem Google: [0](#).

### 0/10 Stáří domény

Stáří testované domény: 0 dnů.

Stáří podle prvotního zaindexování do webarchivu. Starší domény představují větší autoritu.

### 1/10 Alexa rank

Alexa rank testované domény: [22.663.911](#).

Alexa rank reflektuje návštěvnost webových stránek. Nižší hodnota = vyšší návštěvnost.

[Více informací o doméně.](#)

Zdroj: [50]

Obr. 22: Analýza zdrojového kódu firmy KOVOTRIO

Úvodní strana » Zdrojový kód » Výsledek testu

## Analýza zdrojového kódu

Adresa: [www.kovotrio.eu](http://www.kovotrio.eu)

- Datum testování: 9. 03. 2011
- Celkové hodnocení: 81 %

### Popisné informace

Titulek	Úvod   KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů
Popis	KOVOTRIO nabízí třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, kovoobrábění.
Klíčová slova	třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, sériové obrábění, klasické obrábění, kovoobrábění <i>Příliš mnoho klíčových slov</i>
Info pro roboty	all,follow
Autor	Webdesign studio GAPANET [www.gapanet.cz]
robots.txt	<a href="#">Existuje</a>
Sitemap	<a href="http://www.kovotrio.eu/sitemap.xml">www.kovotrio.eu/sitemap.xml</a>

### Hlavička dokumentu

- ✓ Deklarovaná definice typu dokumentu (DTD) XHTML 1.0 Transitional.
- ✓ Deklarace znakové sady UTF-8.
- ✓ Titulek stránky je správně vyplněn.
- ✓ Popisek stránky je správně vyplněn.

### Zdrojový kód

- ✓ Zdrojový kód má optimální velikost. Příliš velká stránka zatěžuje vyhledávač stahováním přebytečných dat, a ten pak těžko určuje relevantní obsah. Navíc ho návštěvníci dlouho stahují.  
Celková velikost HTML kódu: 9 kB
- ✗ Stránka obsahuje 8 html chyb. Stránka by měla být validní a bez chyb, jinak se nemusí správně popř. vůbec zobrazit u uživatele.

### Sémantika a přístupnost

- ✓ Stránka neobsahuje vnořené tabulky.
- ✗ Na stránce se vyskytují netextové prvky bez alternativního obsahu. Tyto elementy (především obrázky) se nezobrazují ve všech zařízeních a prohlížečích, a tak je nutné specifikovat i jejich alternativní textový popis.
- ✓ Na stránce je použito pouze správné sémantické zvýrazňování textu.
- ✓ Text je kvalitně strukturovaný do odstavců.

### Obsahová část

- ✓ Stránka obsahuje právě jeden nadpis h1.
- ✓ Nadpisy na stránce jsou správně strukturované.
- i Přehled nadpisů stránky.  
<h1> Úvod
- ✗ Stránka obsahuje velice málo slov.
- i Počet odkazů na stránce: 15
- i Počet odkazů na externí zdroje: 1

Zdroj: [50]

## Příloha č. 8: Analýza SEO faktorů


**Tab. 1:** Analýza SEO faktorů

	Titulek	Popis stránky	Klíčová slova	Zdrojový kód	Nadpisy	Text stránky	Netextové prvky
<b>MIVAŠ</b>	MIVAŠ – kovoobrábění	nevyplněn	nevyplněna	optimální velikost 9 html chyb	žádné nadpisy	stránka nemá strukturovaný text do odstavců	bez alternativního obsahu
<b>VPAZ, s. r. o.</b>	V P A Z s.r.o.	nevyplněn	<b>příliš mnoho klíčových slov</b> kovoobrábění, CNC, machining, zámečnictví, locksmithery, svařování, welding, broušení, grinding, obrábění, dělení, cutting, zakružování, rolling, montáž, assamblage, ohýbání, folding, vrtání, drilling, přípravky, tools, zařízení, devices, kovovýroba, production from steel, slévárenské, technologie, tatra, Kopřivnice, horizontální vyvrtávačka, horizontal drilling machine, soustruh, lathe, frézka, milling machine, karusel, opracování	optimální velikost 14 html chyb	žádné nadpisy	stránka nemá strukturovaný text do odstavců	bez alternativního obsahu
<b>HON-kovo, s. r. o.</b>	HONKOVO - s. r. o	Kancelářský nábytek HON - Vaše alter ego	kovovýroba	optimální velikost 4 html chyby	žádné nadpisy	stránka nemá strukturovaný text do odstavců	bez alternativního obsahu
<b>CNC obrábění Trčka</b>	cnc-obrabeni.com - ::Velmi přesné obrábění::-	Jsme firmou, která se zabývá CNC obráběním kovů, plastů na velmi přesných CNC soustruzích a obráběcích centrech	nevyplněna	optimální velikost 24 html chyb.	neobsahuje nadpis 1. úrovně nejsou ve správném pořadí	kvalitně strukturovaný do odstavců	mají alternativní obsah
<b>CNC-Šnajdr</b>	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu	CNC-ŠNAJDR - CNC obrábění, výroba ocelových konstrukcí, povrchová úprava kovu!	kovo, expo, obrábění, soustružení	optimální velikost. 2 html chyby	žádné nadpisy	stránka nemá strukturovaný text do odstavců	mají alternativní obsah

<b>PBM, spol. s r. o.</b>	PBM, Spol. s.r.o.	Zakázková výroba obráběných dílů do průměru 32 mm na CNC dlouhotočných automatech a vačkových automatech.	<b>příliš mnoho klíčových slov</b> obrobek, obrábění, lisování, CNC automat, vačkový automat, CNC, kov, ocel, mosaz, dural, plast, ostrava, pbm	optimální velikost 1 html chyba	právě jeden nadpis h1 správně strukturované	stránka nemá strukturovaný text do odstavců	mají alternativní obsah
<b>KOVO HAKEN, s. r. o.</b>	CNC obrábění, Kovo obrábění - KOVO HAKEN	<b>příliš dlouhý</b> CNC obrábění, Kovo obrábění. Jsme moderně vybavená rodinná firma, která vznikla v roce 2004 přetransformováním firmy PETR HAKEN KOVO. Stěžejní činnosti naší firmy jsou CNC obrábění, Klasické obrábění a Svařování.	cnc, kovo, obrábění, svařování	optimální velikost 13 html chyb	právě jeden nadpis h1. správně strukturované	kvalitně strukturovaný do odstavců	mají alternativní obsah
<b>KOMP-CZ s. r. o.</b>	Obrábění kovů a CNC obrábění, kovoobrábění, zámečnictví   KOMP-CZ	Obrábění kovů na zakázku - CNC obrábění, zámečnictví, soustružení, frézování. Dle vašeho zadání.	<b>příliš mnoho klíčových slov</b> cnc, cnc obrábění, kovoobrábění, kovovýroba, zámečnictví, soustružení, automaty, frézování	optimální velikost. 1 html chyba	neobsahuje nadpis 1. úrovně nejsou ve správném pořadí	kvalitně strukturovaný do odstavců	mají alternativní obsah
<b>OVA - CNC obrábění kovů</b>	OVA - CNC obrábění kovů	Nevyplněno	nevyplněna	optimální velikost validní	žádné nadpisy	málo odstavců	mají alternativní obsah
<b>STROJÍRNA LITVÍNOV, s. r. o.</b>	<b>příliš dlouhý</b> STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování: Úvod	STROJÍRNA LITVÍNOV s.r.o. - CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely	<b>příliš mnoho klíčových slov</b> CNC obrábění kovů, montáž technologických zařízení, inspekční údržba, výroba, svařování, aerodynamické tunely	optimální velikost 1 html chyba	více nadpisů h1. správně strukturované	kvalitně strukturovaný do odstavců.	mají alternativní obsah
<b>KOVOTRIO</b>	Úvod   KOVOTRIO - CNC obrábění, třískové obrábění kovů	KOVOTRIO nabízí třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, kovoobrábění.	<b>příliš mnoho klíčových slov</b> třískové obrábění kovů, obrábění kovů, CNC obrábění, sériové obrábění, klasické obrábění, kovoobrábění	optimální velikost. 8 html chyb	právě jeden nadpis h1. správně strukturované	kvalitně strukturovaný do odstavců.	bez alternativního obsahu

## Příloha č. 9: Chyby na webové stránce firmy MIVAŠ

Obr. 1: Chyby na webové stránce firmy MIVAŠ

**Markup Validation Service**  
Check the markup (HTML, XHTML, ...) of Web documents

**Jump To:** [Notes and Potential Issues](#) [Validation Output](#)

**Errors found while checking this document as HTML 4.01 Transitional!**

<b>Result:</b>	9 Errors, 5 warning(s)		
<b>Address :</b>	<input type="text" value="http://www.mivas.cz/"/>		
<b>Encoding :</b>	windows-1252	<input type="button" value="(detect automatically)"/>	
<b>Doctype :</b>	HTML 4.01 Transitional	<input type="button" value="(detect automatically)"/>	
<b>Root Element:</b>	html		

### Notes and Potential Issues

The following notes and warnings highlight missing or conflicting information which caused the validator to perform some guesswork prior to validation, or other things affecting the output below. If the guess or fallback is incorrect, it could make validation results entirely incoherent. It is *highly recommended* to check these potential issues, and, if necessary, fix them and re-validate the document.

**⚠ No Character Encoding Found! Falling back to windows-1252.**

None of the standards sources gave any information on the character encoding labeling for this document. Without encoding information it is impossible to reliably validate the document. As a fallback solution, the "windows-1252" encoding was used to read the content and attempt to perform the validation, but this is likely to fail for all non-trivial documents.

Before defaulting to windows-1252 the validator also tried to read the content with the following encoding(s), without success: UTF-8.

Read the [FAQ entry on character encoding](#) for more details and pointers on how to fix this problem with your document.

**⚠ Unable to Determine Parse Mode!**

The validator can process documents either as XML (for document types such as XHTML, SVG, etc.) or SGML (for HTML 4.01 and prior versions). For this document, the information available was not sufficient to determine the parsing mode unambiguously, because:

- the MIME Media Type (text/html) can be used for XML or SGML document types
- No known Document Type could be detected
- No XML declaration (e.g. <?xml version="1.0"?>) could be found at the beginning of the document.
- No XML namespace (e.g. <html xmlns="http://www.w3.org/1999/xhtml" xml:lang="en">) could be found at the root of the document.

As a default, the validator is falling back to SGML mode.

**⚠ No DOCTYPE found! Checking with default HTML 4.01 Transitional Document Type.**

No DOCTYPE Declaration could be found or recognized in this document. This generally means that the document is not declaring its Document Type at the top. It can also mean that the DOCTYPE declaration contains a spelling error, or that it is not using the correct syntax.

The document was checked using a default "fallback" Document Type Definition that closely resembles "HTML 4.01 Transitional".

Learn [how to add a doctype to your document](#) from our [FAQ](#).

**🔍 No Character encoding declared at document level**

No character encoding information was found within the document, either in an HTML meta element or an XML declaration. It is often recommended to declare the character encoding in the document itself, especially if there is a chance that the document will be read from or saved to disk, CD, etc.

See [this tutorial on character encoding](#) for techniques and explanations.

## Validation Output: 9 Errors

### ✖ Line 1, Column 1: no document type declaration; implying "<!DOCTYPE HTML SYSTEM>"

```
<html>
```

The checked page did not contain a document type ("DOCTYPE") declaration. The Validator has tried to validate with a fallback DTD, but this is quite likely to be incorrect and will generate a large number of incorrect error messages. It is highly recommended that you insert the proper DOCTYPE declaration in your document – instructions for doing this are given above – and it is necessary to have this declaration before the page can be declared to be valid.

### ✖ Line 5, Column 15: an attribute value must be a literal unless it contains only name characters

```
<body bgcolor=#213FB9>
```

You have used a character that is not considered a "name character" in an attribute value. Which characters are considered "name characters" varies between the different document types, but a good rule of thumb is that unless the value contains *only* lower or upper case letters in the range a-z you must put quotation marks around the value. In fact, unless you have *extreme* file size requirements it is a very very good idea to *always* put quote marks around your attribute values. It is never wrong to do so, and very often it is absolutely necessary.

### ✖ Line 7, Column 60: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="uvod.html" shape="rect" coords="59,226,102,243" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 8, Column 64: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="vybaveni.html" shape="rect" coords="59,276,201,293" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 9, Column 65: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="reference.html" shape="rect" coords="59,326,151,341" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 10, Column 67: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="fotogalerie.html" shape="rect" coords="59,376,166,390" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 11, Column 63: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="nabidka.html" shape="rect" coords="59,422,194,439" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 12, Column 64: required attribute "ALT" not specified

```
<area href="kontakty.html" shape="rect" coords="59,475,141,488" >
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

### ✖ Line 14, Column 55: required attribute "ALT" not specified

```
<center></center>
```

The attribute given above is required for an element that you've used, but you have omitted it. For instance, in most HTML and XHTML document types the "type" attribute is required on the "script" element and the "alt" attribute is required for the "img" element.

Typical values for type are type="text/css" for <style> and type="text/javascript" for <script>.

Zdroj: [50]



## Příloha č. 10: Statistiky hledanosti

Obr. 1: Statistika hledanosti dotazu „svařování“

### Statistika hledanosti dotazu "svařování"

#### Rozšířená shoda (dotazy obsahující "svařování")



	Za den	Za týden
Minimální	485	6 313
Maximální	1 335	7 054
Průměrná	982	6 874

Zdroj: [43]

Obr. 2: Statistika hledanosti dotazu „kovovýroba“

### Statistika hledanosti dotazu "kovovýroba"

#### Rozšířená shoda (dotazy obsahující "kovovýroba")



	Za den	Za týden
Minimální	98	2 242
Maximální	589	2 981
Průměrná	367	2 572

Zdroj: [43]

Obr. 3: Statistika hledanosti dotazu „obrábění“

### Statistika hledanosti dotazu "obrábění"

#### Rozšířená shoda (dotazy obsahující "obrábění")



	Za den	Za týden
Minimální	77	1 568
Maximální	531	2 536
Průměrná	270	1 890

Zdroj: [43]

Obr. 4: Statistika hledanosti dotazu „kovo“

### Statistika hledanosti dotazu "kovo"

#### Rozšířená shoda (dotazy obsahující "kovo")



	Za den	Za týden
Minimální	269	4 053
Maximální	1 010	4 938
Průměrná	667	4 668

Zdroj: [43]

**Obr. 5:** Statistika hledanosti dotazu „cnc“

**Statistika hledanosti dotazu "cnc"**

**Rozšířená shoda (dotazy obsahující "cnc")**



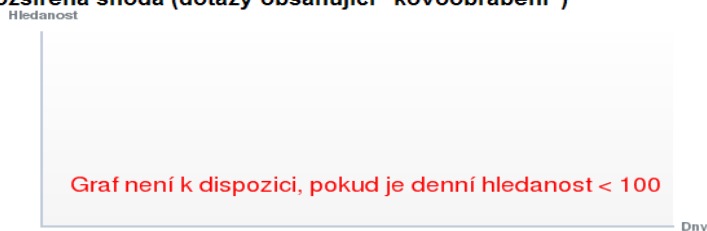
	Za den	Za týden
Minimální	529	6 949
Maximální	1 642	9 454
Průměrná	1 099	7 690

Zdroj: [43]

**Obr. 6:** Statistika hledanosti dotazu „kovoobrábění“

**Statistika hledanosti dotazu "kovoobrábění"**

**Rozšířená shoda (dotazy obsahující "kovoobrábění")**



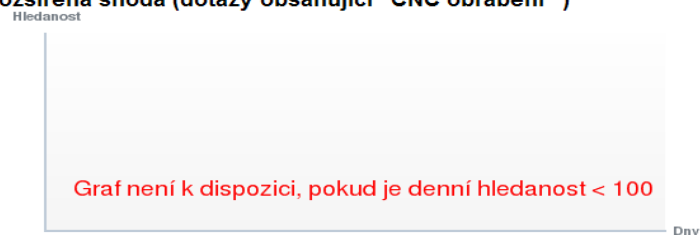
	Za den	Za týden
Minimální	–	–
Maximální	–	–
Průměrná	–	–

Zdroj: [43]

**Obr. 7:** Statistika hledanosti dotazu „CNC obrábění“

**Statistika hledanosti dotazu "CNC obrábění "**

**Rozšířená shoda (dotazy obsahující "CNC obrábění ")**



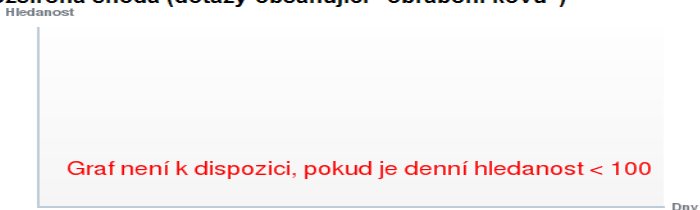
	Za den	Za týden
Minimální	–	–
Maximální	–	–
Průměrná	–	–

Zdroj: [43]

**Obr. 8:** Statistika hledanosti dotazu „obrábění kovů“

**Statistika hledanosti dotazu "obrábění kovů"**

**Rozšířená shoda (dotazy obsahující "obrábění kovů")**



	Za den	Za týden
Minimální	–	–
Maximální	–	–
Průměrná	–	–

Zdroj: [43]

## Příloha č. 11: Souhrnné výsledky

Tab. 1: Souhrnné výsledky

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC-Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
Hodnocení obsahu webových stránek											
Hlavní menu	1 není barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	1 není barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	2 barevně odlišeno	1 není barevně odlišeno	2 barevně odlišeno
Popis firmy a činnosti	1 chybí vznik a vlastník	2 všechny údaje	1 chybí vlastník	2 všechny údaje	2 všechny údaje	2 všechny údaje	2 všechny údaje	2 všechny údaje	1 chybí vlastník	1 chybí vznik a vlastník	2 všechny údaje
Aktuální zprávy týkající se firmy	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 starší než dva měsíce	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici
Cenové informace	1 kontakt pro jejich získání	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	1 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje
Kontakty	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	1 chybí fax	2 veškeré kontakty	2 veškeré kontakty	1 chybí fax	2 veškeré kontakty
Reference	2 s funkčními odkazy	2 s funkčními odkazy	0 neobsahuje	1 bez funkčních odkazů	1 bez funkčních odkazů	2 s funkčními odkazy	2 s funkčními odkazy	0 neobsahuje	1 bez funkčních odkazů	2 s funkčními odkazy	0 neobsahuje
Strojní park	1 bez obrázků	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky	2 s obrázky
Celkem	8	10	6	9	9	10	9	8	10	7	8
Průměr	1,14	1,43	0,86	1,29	1,29	1,43	1,29	1,14	1,43	1,00	1,14
Procenta	57,14%	71,43%	42,86%	64,29%	64,29%	71,43%	64,29%	57,14%	71,43%	50,00%	57,14%

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC- Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Hodnocení grafického vzhledu webových stránek</b>											
<b>Barvy hlavního menu</b>	1 kontrastní	1 kontrastní	0 nekontrastní	0 nekontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	0 nekontrastní	0 nekontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní
<b>Barvy textu na stránce</b>	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	0 nekontrastní	0 nekontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní	1 kontrastní
<b>Celkem</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Průměr</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Procenta</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON- kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC-Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Hodnocení technických parametrů webových stránek</b>											
<b>URL</b>	1 splňuje formát	1 splňuje formát	1 splňuje formát	0 není celý název firmy	1 splňuje formát	1 splňuje formát	1 splňuje formát	1 splňuje formát	0 zkratka názvu firmy	0 jméno majitele	1 splňuje formát
<b>Doména</b>	1 .cz	1 .cz	1 .cz	1 .com	1 .com	1 .cz	1 .cz	1 .cz	1 .cz	1 .cz	0 .eu
<b>Zobrazitelnost v prohlížečích</b>	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb	1 bez chyb
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>2</b>
<b>Průměr</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,67</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>1,00</b>	<b>0,67</b>	<b>0,67</b>	<b>0,67</b>
<b>Procenta</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>66,67%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>66,67%</b>	<b>66,67%</b>	<b>66,67%</b>

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC- Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Hodnocení uživatelské přívětivosti</b>											
<b>Vyhledávání</b>	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici	2 k dispozici i na podstránkách	0 není k dispozici	0 není k dispozici	0 není k dispozici
<b>Registrace pro prohlížení stránek</b>	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná	2 není nutná
<b>Cizí jazyk</b>	0 pouze český	2 anglický a německý	1 anglický	1 anglický	0 pouze český	2 anglický a německý	0 pouze český	0 pouze český	2 anglický a německý	0 pouze český	0 pouze český
<b>Navigace</b>	1 bez grafického zdůraznění položky	1 bez grafického zdůraznění položky	2 s grafickým zdůrazněním položky	1 bez grafického zdůraznění položky	1 bez grafického zdůraznění položky	1 bez grafického zdůraznění položky	1 bez grafického zdůraznění položky	2 s grafickým zdůrazněním položky	2 s grafickým zdůrazněním položky	2 s grafickým zdůrazněním položky	1 bez grafického zdůraznění položky
<b>Celkem</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>3</b>
<b>Průměr</b>	<b>0,75</b>	<b>1,25</b>	<b>1,25</b>	<b>1</b>	<b>0,75</b>	<b>1,25</b>	<b>0,75</b>	<b>1,5</b>	<b>1,5</b>	<b>1</b>	<b>0,75</b>
<b>Procenta</b>	<b>37,50%</b>	<b>62,50%</b>	<b>62,50%</b>	<b>50,00%</b>	<b>37,50%</b>	<b>62,50%</b>	<b>37,50%</b>	<b>75,00%</b>	<b>75,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>37,50%</b>

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC- Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP- CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Hodnocení interních odkazů na webových stránkách</b>											
<b>Obsah interních odkazů v textu webové stránky</b>	0 nejsou k dispozici	1 jsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 jsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 jsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 jsou k dispozici	1 jsou k dispozici	1 jsou k dispozici
<b>Funkčnost odkazů</b>	0 nejsou k dispozici	1 funkční	0 nejsou k dispozici	1 funkční	0 nejsou k dispozici	1 funkční	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 funkční	1 funkční	1 funkční
<b>Srozumitelnost</b>	0 nejsou k dispozici	1 srozumitelné	0 nejsou k dispozici	1 srozumitelné	0 nejsou k dispozici	1 srozumitelné	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 srozumitelné	1 srozumitelné	1 srozumitelné
<b>Vzhled a barva odkazů</b>	0 nejsou k dispozici	1 barevné a podtržené	0 nejsou k dispozici	1 barevné a podtržené	0 nejsou k dispozici	1 barevné a podtržené	0 nejsou k dispozici	0 nejsou k dispozici	1 barevné a podtržené	1 barevné a podtržené	1 barevné a podtržené
<b>Celkem</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>
<b>Průměr</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
<b>Procenta</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>100,00%</b>

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC- Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Hodnocení multimediálních prvků</b>											
<b>Videa</b>	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	1 obsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	0 neobsahuje	1 obsahuje	0 neobsahuje
<b>Fotografie</b>	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje	1 obsahuje
<b>Celkem</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
<b>Průměr</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>0,5</b>	<b>1</b>	<b>0,5</b>
<b>Procenta</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>50,00%</b>	<b>100,00%</b>	<b>50,00%</b>

	MIVAŠ	VPAZ, s. r. o.	HON-kovo, s. r. o.	CNC obrábění Trčka	CNC- Šnajdr	PBM, spol. s. r. o.	Kovo Haken, s. r. o.	KOMP-CZ s. r. o.	Strojírna Litvínov, s. r. o.	OVA - CNC obrábění kovů	Kovotrio
<b>Celkové hodnocení</b>											
<b>BODY celkem (max. 33)</b>	<b>17</b>	<b>25</b>	<b>16</b>	<b>21</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>20</b>
<b>BODY celkem procenta</b>	<b>51,52%</b>	<b>75,76%</b>	<b>48,48%</b>	<b>63,64%</b>	<b>54,55%</b>	<b>78,79%</b>	<b>48,48%</b>	<b>54,55%</b>	<b>75,76%</b>	<b>63,64%</b>	<b>60,61%</b>